

REPOSITORIO ACADÉMICO DIGITAL INSTITUCIONAL

Proyecto de ley federal de radio y televisión

Autor: Yarerí Sánchez Magaña.

**Tesis presentada para obtener el título de:
Lic. en Ciencias de la Comunicación**

Este documento está disponible para su consulta en el Repositorio Académico Digital Institucional de la Universidad Vasco de Quiroga, cuyo objetivo es integrar, organizar, almacenar, preservar y difundir en formato digital la producción intelectual resultante de la actividad académica, científica e investigadora de los diferentes campus de la universidad, para beneficio de la comunidad universitaria.

Esta iniciativa está a cargo del Centro de Información y Documentación "Dr. Silvio Zavala" que lleva adelante las tareas de gestión y coordinación para la concreción de los objetivos planteados.

Esta Tesis se publica bajo licencia Creative Commons de tipo "Reconocimiento-NoComercial-SinObraDerivada", se permite su consulta siempre y cuando se mantenga el reconocimiento de sus autores, no se haga uso comercial de las obras derivadas.



P2000 = 0
OPFP = 7

Indice

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION

Introducción VIII

Capítulo I

**Proyecto de Ley Federal de Radio
y Televisión**

La radio y la televisión en México y su desarrollo 1

Capítulo II

Marco legal de la radio y la televisión en México 11

a). La Constitución Política de los Estados Unidos
Mexicanos 12

TESIS

b). Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 20

c). Ley de Vías Generales de Comunicación 26

Que para obtener el título de

d). Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión
y de la Ley de Vías Generales de Comunicación 27

Licenciada en Ciencias de la Comunicación

e). Reglamento del Servicio de Telecomunicaciones Cable 30

presenta:

YARERI SANCHEZ MAGAÑA

Capítulo III

La radio y la televisión como fenómeno social actual

La necesidad de cambios 34

MORELIA, MICH.
NOVIEMBRE DE 1995

No. de acuerdo 9532002
DGES-053018400302



BIBLIOTECA

Comunicación 56
La influencia de los medios en la sociedad 61
La religión en los medios y su influencia en la sociedad 71
Los medios como detentores de poder económico 74
A manera de conclusión 81

Indice

Introducción VIII

Capítulo IV

Capítulo I

Proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión

Antecedentes

Título Primero

La radio y la televisión en México: orígenes y desarrollo 1

Capítulo Único

Capítulo II

Generalidades

Marco legal de la radio y la televisión en México 11

- a). La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos 12
- b). Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 20
- c). Ley de Vías Generales de Comunicación 26
- d). Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica 27
- e). Reglamento del Servicio de Televisión por Cable 30

Capítulo III

La radio y la televisión como fenómeno social actual

Título Tercero

La necesidad de cambios 34
La democratización de los medios 45
Los frutos de la tecnología en los medios de

PROYECTO DE LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

comunicación	56
La influencia de los medios en la sociedad	61
La religión en los medios y su influencia en la sociedad	71
Los medios como detentores de poder político y económico	74
A manera de conclusión	81

Capítulo IV

Proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión

Del público y los contenidos

Título Primero

Capítulo Unico

Generalidades	83
-------------------------	----

Título Segundo

Del Instituto Nacional de Radio y Televisión

Cap. I. Disposiciones Generales	87
Cap. II. De los órganos de dirección	88
Cap. III. Del Consejo Nacional de Radio y Televisión	88
Cap. IV. De la Dirección General del Instituto Nacional de Radio y Televisión	95
Cap. V. De los organismos auxiliares	98

Título Tercero

Permisos y concesiones

Cap. I. Del procedimiento	99
-------------------------------------	----

Cap. II. De los permisos provisionales	103
Cap. III. De las concesiones	103
Cap. IV. Consideraciones comunes para permisos provisionales y concesiones	105
Cap. V. Nulidad, caducidad y revocación	107
Cap. VI. Del Registro Nacional de Permisos Provisionales y Concesiones	110

Título Cuarto

Del público y los contenidos

Cap. I. Del público	112
Cap. II. De la programación	113
Cap. III. Del tiempo oficial	117
Cap. IV. De la publicidad	121
Cap. V. De las transmisiones de eventos que requieren autorización del Consejo Nacional de Radio y Televisión	123
Cap. VI. De la transmisión de programas originados en parte distinta al territorio nacional	124
Cap. VII. De los locutores e informadores	125

Título Quinto

De los delitos, recursos, infracciones y sanciones

Cap. I. De los delitos	126
Cap. II. De los recursos	126
Cap. III. De las infracciones y sanciones	127

Título Sexto

De las prerrogativas

Cap. Unico 128

Transitorios 129

Fuentes 131

Durante los últimos años los medios de comunicación han sufrido una transformación radical, que se sustenta en varios factores que de manera importante han influido en ellos.

Por un lado, los avances de la técnica y la tecnología han permitido que los medios adquieran una dinámica diferente. Las técnicas de impresión, la comunicación satelital, la computación, la cibernética, etc. han hecho de los medios de comunicación factores de gran influencia y penetración en la sociedad. Actualmente, la prensa, la radio y la televisión, principalmente, tienen gran presencia entre los habitantes de las ciudades y del medio rural, llevando sus mensajes hasta prácticamente cada rincón de nuestro país.

Pero no solamente la técnica ha cambiado. La sociedad en su conjunto actualmente demanda de los medios una mayor profesionalización y un mayor acercamiento con el público. Es una sociedad heterogénea que tiene diferentes intereses en términos de comunicación. El público ya no es aquel que se contentaba con tener la información sino que pretende y quiere participar activamente en los procesos de difusión de los acontecimientos y en la transmisión de mensajes.

La sociedad mexicana ciertamente se ha interesado, cada día con más fuerza, en todo aquello que tiene que ver con los medios de comunicación. Le interesa

Introducción

Durante los últimos años los medios de comunicación han sufrido una transformación radical, que se sustenta en varios factores que de manera importante han influido en ellos.

Por un lado, los avances de la técnica y la tecnología han permitido que los medios adquieran una dinámica diferente. Las técnicas de impresión, la comunicación satelital, la computación, la cibernética, etc. han hecho de los medios de comunicación factores de gran influencia y penetración en la sociedad. Actualmente, la prensa, la radio y la televisión, principalmente, tienen gran presencia entre los habitantes de las ciudades y del medio rural, llevando sus mensajes hasta prácticamente cada rincón de nuestro país.

Pero no solamente la técnica ha cambiado. La sociedad en su conjunto actualmente demanda de los medios una mayor profesionalización y un mayor acercamiento con el público. Es una sociedad heterogénea que tiene diferentes intereses en términos de comunicación. El público ya no es aquel que se contentaba con tener la información sino que pretende y quiere participar activamente en los procesos de difusión de los acontecimientos y en la transmisión de mensajes.

La sociedad mexicana ciertamente se ha interesado, cada día con más firmeza, en todo aquello que tiene que ver con los medios de comunicación. Le interesa

participar en ellos, así como demanda que estos se abran a la sociedad civil y no queden reducidos al pequeño grupo que los detenta. La posibilidad de contar con medios por los cuales expresarse desde el punto de vista cultural, de recreación y político, es una demanda permanente desde hace algunos años.

En este sentido, los medios de comunicación masiva no deben perder de vista que tienen una función social muy importante, que debe coincidir con el interés del que hemos hablado de parte de la población en general, es decir, que deben cambiar las relaciones entre los emisores y los receptores de los mensajes que se diseñan y transmiten a través de los medios.

Por lo anterior, podemos decir que el objetivo general de esta investigación es el de realizar un estudio relativo a las relaciones entre los medios de comunicación, específicamente radio y televisión, y el público, esto desde una perspectiva que se enclava en los marcos jurídicos que tiene que ver con la comunicación social en un sentido amplio y más específicamente en lo relativo a los medios electrónicos de comunicación, léase radio y televisión.

Estas relaciones, desde luego, son en el sentido más amplio pero se marca un acento importante en lo que se refiere a la transmisión de mensajes que pueden incidir, ya sea negativa o positivamente, en el receptor.

Gran parte de la sociedad demanda desde hace algunos años que el marco legal de los medios se actualice no sólo en lo que ve a la técnica — de por sí muy importante — sino de una manera más integral en tanto tutele aspectos sociales, económicos y políticos, por citar solamente algunos.

Para este estudio partimos de la hipótesis de trabajo según la cual postulamos

que es necesaria la revisión y la actualización de la Ley Federal de Radio y Televisión vigente, de acuerdo a las múltiples demandas de los actores sociales de nuestro país.

Así pues, con este estudio pretendemos hacer un planteamiento de una nueva legislación en el terreno de la radio y la televisión, que regule los contenidos de estos medios desde el punto de vista jurídico, como medios de comunicación de masas.

A través de su articulado, esperamos hacer un planteamiento de cómo deben ser las relaciones del público con el Estado mexicano en tanto está facultado constitucionalmente para la administración del espacio y las ondas que en ellas se difundan; de igual manera, cuidará de las relaciones entre el público y los medios, así como entre los propios medios.

Creemos que es importante establecer en una nueva legislación, todos aquellos avances de los que hemos empezado a hablar y que desde luego no se circunscriben al aspecto técnico, sino a los sociales y de comunicación propiamente.

Este estudio también trata de abordar un punto que ha sido materia de numerosos debates y profundas investigaciones y que en términos generales coinciden en la necesidad de que México cuente con una legislación en materia de radio y televisión que responda verdaderamente a los tiempos que se están viviendo y que demandan la modernización de los cuerpos legales.

Pensar en este momento en elaborar una nueva legislación en materia de radio y televisión se antoja tarea de los estudiosos del derecho, sin embargo, estamos convencidos de que es el profesional de los medios, el que ha de enfrentar

cotidianamente los problemas de comunicación de la sociedad en la que se desarrolla laboralmente.

Resulta importante en este momento hacer una referencia a los pasos que en la actualidad se están dando en el sentido que apunta nuestro estudio, al señalar que la Cámara de Diputados del Congreso de la Unión, convocó de manera abierta a la ciudadanía y a las organizaciones de cualquier naturaleza para que durante los meses de junio y julio de este año, se efectuaran los foros de consulta con el propósito de “recoger opiniones, investigar y estudiar el tema de la comunicación social, así como proponer cuando proceda, la conveniente actualización y modernización en la legislación aplicable a la materia”.

Es justamente en este sentido en el que gira este estudio de titulación. Estamos convencidos de que en la medida en que tengamos un ordenamiento legal que garantice el derecho a la información — derecho consagrado en nuestra Carta Magna—, la sociedad encontrará en el profesional de la comunicación un elemento de cambio y desarrollo.

Desde el punto de vista metodológico, hemos pretendido abordar la problemática de la legislación de referencia en base a los siguientes puntos:

I. — Antecedentes. A través de este capítulo pretendemos tener el conocimiento de cuáles fueron los orígenes de la radio y la televisión en nuestro país, hasta antes de la ley que actualmente nos rige, de tal suerte que podamos inferir, aunque sea a manera de primer acercamiento, las condiciones sociales, económicas y políticas en las que la radio y la televisión fueron penetrando en la sociedad mexicana. De esta manera pretendemos entender por qué la industria de la radio y la televisión

y su marco jurídico se encuentran en esta situación que, inferimos, es tan distante una de la otra, debido a los inevitables cambios que ha propiciado la sociedad del mundo y que ha encontrado eco en nuestro país.

II. — Una vez planteado el punto anterior, consideramos conveniente hacer un análisis de los ordenamientos legales que en materia de radio y televisión están en vigor en la actualidad y sus interacciones o jerarquías, y poder tener la posibilidad de que la propuesta de un nuevo ordenamiento se sustente bajo bases sólidas. En este sentido, fueron principalmente cinco los cuerpos legales a los que se enfoca el análisis:

a). *La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, ley fundamental de la vida política, económica y social de nuestro país que regula en términos generales todas las actividades del poder público, así como tutela las garantías, derechos y obligaciones de la ciudadanía.*

b). *Ley Federal de Radio y Televisión de 1960. Ley objeto específico de esta investigación, que regula la actividad de la industria de la radio y la televisión en México.*

c). *Ley de Vías Generales de Comunicación, que regula algunas consideraciones generales en términos de medios de comunicación y que en su momento tuvo importancia en el terreno de la radio y la televisión, aun y cuando esto ha pasado a un segundo plano, sin que ello implique menosprecio a la citada ley.*

d) *Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica; y,*

d). *Reglamento del Servicio de Televisión por Cable.*

III.— *Estos dos antecedentes nos han permitido tener una visión más o menos completa de lo que es el marco jurídico en que se enclava la actividad de la comunicación a través de la radio y la televisión en México, llegando así a la necesidad de establecer y analizar la función social y pública que tienen los medios de comunicación en este momento histórico de la vida de nuestro país. En el apartado “La radio y la televisión como fenómeno social actual” hemos tratado el fenómeno de la radio-teledifusión y su influencia en la vida social de nuestro país, estableciendo las características y las perspectivas de desarrollo que los propios medios tienen en México, pero sobre todo desde un punto de vista de los contenidos y los efectos que los mensajes puedan tener en el público. Aquí es importante hacer un balance, a manera de estudio, de los diversos sectores que demandan de los medios mayores posibilidades de participación como lo son las organizaciones políticas y civiles que a través de los años han demandado y demandan espacios para informar y comunicar.*

Conviene destacar también un aspecto que tiene que ver con las políticas gubernamentales en materia de televisión y radio, por lo que analizamos la televisión de Estado como alternativa de comunicación y divulgación, ya que si bien es cierto que la sociedad lucha a cada momento por alcanzar espacios en los medios, también es importante destacar el papel que el Estado mexicano está jugando dentro de los medios electrónicos de comunicación y determinar su influencia y peso específico en la gama de fuentes de información y como poseedores de los medios de comunicación. Cómo es que el Estado mexicano ha incursionado e incursiona dentro del abanico de alternativas que el radioescucha

y el televidente tiene por las frecuencias y canales oficiales —léase Radio Educación— así como las estaciones oficiales de los estados de la federación.

Será también motivo de comentario el gran desarrollo que los medios han tenido en los últimos años desde el punto de vista tecnológico, situación que ha pasado de la tradicional y original señal “libre”, a los nuevos concepto de televisión y radio restringida o vía satélite, o en lo que se viene trabajando y que avanza a grandes zancadas, la llamada televisión interactiva, entre algunas otras técnicas y las que estén por venir.

Estos tres grandes puntos nos han permitido detectar algunas situaciones que se pueden modificar en beneficio, creemos, del país y que nos han permitido llegar a concluir que efectivamente es posible y deseable en este momento, invertir esfuerzos en la transformación de los cuerpos legales que dan sustento y han guiado los trabajos de investigación de este trabajo de tesis.

El Proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión que conforma el capítulo IV, es la propuesta que, se antoja puede ser aplicable, si existe la voluntad política de los poderes de la Unión de dar un paso adelante en materia legislativa, que regule de una manera general a la radio y la televisión en nuestro país.

Por el desarrollo de la temática a que nos hemos referido, creemos que es el momento histórico, político y social propicio para proponer este articulado que formule —más que cuestiones definitivas— propuestas básicas y que englobe, desde el punto de vista legal, todos y cada uno de los aspectos de la comunicación a través de los medios electrónicos de comunicación tradicionales: la radio y la televisión.

PROYECTO DE LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION
PROYECTO DE LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

El caso es que para 1907, la radio estaba ya al alcance del público: las emitir señales más complejas y posteriormente Lee De Forest hizo posible la radiodifusión.

En México, en octubre de 1921, el ingeniero Constantino de Tárnava consiguió transmitir de Monterrey a la capital de la República lo que se ha considerado el primer programa de radio.

También en 1921, José R. de la Herrán y el general Fernando Ramírez montaron una estación experimental, la J-H, bajo los auspicios de la Secretaría de Guerra.

El 6 de junio de 1922 los radioexperimentadores se agruparon en la Liga Nacional de Radio, posteriormente transformada en el Club Central de Radiotelefonía, y más adelante, en marzo de 1923, en la *Liga Central Mexicana de Radio*.

Mientras tanto, en la provincia, hacia el año de 1922, surgen algunas experimentaciones como la pequeña transmisora a cargo del señor Tiburcio Ponce, que inició operando con 25 watts de potencia en la ciudad de Morelia. Junto con la estación regiomontana de Constantino de Tárnava, vienen a constituir las estaciones pioneras de la radio comercial en nuestro país, con las siglas XEI y XEH respectivamente.

Con la producción inventiva de Lee De Forest se dio la más grande aportación a las transmisiones de radio y televisión: la grabación de alta fidelidad y estereofonía, la telefonía transcontinental, el radar, las calculadoras, las cintas magnéticas, las máquinas automáticas, ascensores, escaleras eléctricas y hasta sofisticados equipos para cocinar, gracias al triodo (elemento en que se basa la industria electrónica).

Esto fue un paso importante para que grandes científicos se preocuparan por darle continuidad a lo que sería la radio.

PROYECTO DE LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

El caso es que para 1907, la radio estaba ya al alcance del público: las grandes agencias informativas y diarios de la época comenzaron a utilizar el nuevo medio de comunicación, aunque de manera minoritaria.

En nuestro país, en 1924 empezó a trabajar la CYX del periódico *Excélsior* y la compañía *Parker*, con el doble propósito de difundir la cultura y las noticias más importantes de todo el mundo. En octubre apareció la CYZ, de la Secretaría de Educación Pública, dirigida por Joaquín Beristáin. *Radio Mundial* se fundó en 1925, instalada por la *General Electric* en la colonia del Valle.

En 1925 operaban ya 11 estaciones radiodifusoras.

En 1927 eran 17 comerciales y 2 culturales, todas de onda larga.

En mayo de 1923 la *Liga Central Mexicana de Radio* propuso al presidente Alvaro Obregón un reglamento sobre radio y el 23 de abril de 1926 se expidió la *Ley de Comunicaciones Eléctricas*.

Previo a lo anterior, se transmitían también anuncios comerciales. Las actividades de radiodifusión eran materia de autorización oficial mediante permisos por un solo año, sujetos a renovarse por un plazo igual, que en ocasiones se negaba.

Hacia 1930 el gobierno consideró conveniente sustituir el régimen de permisos por el de concesiones, la primera de las cuales se otorgó a la XEW. Un poco antes, México se adhirió a los Acuerdos de la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones celebrada en Washington, habiéndole correspondido los indicativos nominales XE y XF.

Emilio Azcárraga Vidaurreta fundó el 18 de septiembre de 1930 la XEW, *La Voz de América Latina desde México*, con 5 mil watts de potencia, y cuya instalación estuvo a cargo del ingeniero De la Herrán.

También en 1930 se estableció la XEFZ (250 watts) en la fábrica *La Luz*,

propiedad de Manuel Zetina González, para anunciar el jabón "Castillo"; y más adelante la XE, luego la XEFO, del Partido Nacional Revolucionario, para alternar la propaganda política con la publicidad comercial. Esta estación fue la primera en transmitir el desarrollo de una campaña política, la del general Lázaro Cárdenas a la Presidencia de la República.

En 1932 se instalaron 10 nuevas estaciones comerciales en el Distrito Federal, 6 en Tijuana, 5 en Cd. Juárez, 3 en Mexicali, 3 en Nuevo Laredo, 2 en Matamoros y 1 en Piedras Negras. La XEWW, filial de la XEW, de onda corta y 10 Kc de potencia, surgió en 1937.

El 31 de octubre de 1938, Azcárraga Vidaurreta fundó, junto con Enrique Contel y Emilio Balli, la XEQ. Radio Metropolitana, XELA, inició sus transmisiones el 5 de julio de 1940 para difundir música clásica.

Hacia 1941 Azcárraga formó una cadena de estaciones en todo el territorio nacional bajo el nombre de *Radio Programas de México*, que al año siguiente contaba con 60 difusoras afiliadas a las redes de XEW y XEQ y con la representación exclusiva de la *National Broadcasting Company* y la *National Broadcasting System*, cuyos programas en español se distribuían por ese medio. En los años 40 se consolidaron la XEW y la XEQ, ambas ganaron el interés del público e hicieron fuertes inversiones.

Para 1942 ya existían 125 estaciones radiodifusoras en la República, 34 de ellas en el Distrito Federal y algunas de 50 mil y hasta 100 mil watts de potencia. Ya funcionaban la XEDF, Radio Gobernación, de carácter cultural; la XEUN, Radio Universidad (860 Kc); XEQK, Radio Exacta; XEFO y XEUZ, Cadena Radio Nacional; XEOY, Radio Mil (en marzo de ese año); y, XEQR y XERQ (en noviembre, de onda larga y corta) mismas que encabezaban la *Cadena Radio Continental*, con 25 estaciones en todo el país. El 30 de octubre de 1947 la XEX, *La Voz de México*, con 730 Kc. y 260 mil watts de potencia, puso en servicio el

primer transformador de Frecuencia Modulada, gracias a la iniciativa de Alfonso Sordo Noriega, pionero de la radiodifusión.

En enero de 1956 se fundó la *Cadena Independiente en Radio*, con 25 estaciones foráneas; y en julio la *Red México*, con 3 emisoras en el Distrito Federal (XEB, XEHP y XEMX) y 23 asociadas en provincia.

Las radiodifusoras registradas eran 400 en 1942 y para 1962, 2,800 regulares y 200 principiantes. En este proceso que se da fue notable, durante muchos años, la contribución oportuna de Juan Lobo y Lobo, que llegó a ser campeón mundial de radiodifusión.

Radio Programas de México, que como ya se dijo fue fundada en 1941, fue creando una serie de compañías en los campos adyacentes de la publicidad, la información y la comercialización de aparatos, y entre otras, *Programex* para la producción de radionovelas y radiominutos, y *Audimex*, para importar y vender equipos.

Paralelo a esta serie de hechos que tienen que ver con el desarrollo de la radiocomunicación en nuestro país, se dan una serie de eventos que marcan momentos importantes para la radiodifusión. Entre otros, algunos hechos destacados son la constitución de la *Asociación de Estaciones Radiofónicas Comerciales (AMERC)*, en 1937, como una sección en la Cámara Nacional de Comunicaciones y Transportes. Otro es el hecho de que el 12 de enero de 1942 quedó legalmente registrada la *Cámara de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT)*.

Ciertamente la radio es el medio informativo más extendido, más utilizado, de más fácil comprensión y manejo, y el más rápido en la comunicación de noticias. La simultaneidad del medio, su ubicuidad, el costo relativamente limitado de la infraestructura técnica, el bajo precio de los receptores, la calidad sonora cada día mejor y la posibilidad de recibir los mensajes sin disponer de



formación técnica ni cultural previa, lo han convertido en vehículo para los más variados fines, sean noticiosos, comerciales, políticos, educativos o propagandísticos.

Sin embargo, con la introducción y desarrollo de un medio de comunicación se vertebraron por añadidura diferentes medios de comunicación, como la televisión.

Una vez descubierto el selenio por Jean Jacobo Berzelius se da origen a una serie de invenciones que culminarían en el sistema de televisión. Se encontró, pues, que el selenio produce una emisión espontánea de electrones por la acción de la luz, denominada *fotoelectricidad*, que constituye el principio fundamental de la televisión.

El primer ensayo de transmisión de imágenes a distancia se debió al físico alemán Pablo Nipkow, en 1884, quien inventó el disco analizador de imágenes, que consistía en un disco giratorio que "leía" la imagen y permitía que la luz brillara a través de unos agujeros en una secuencia muy bien estructurada.

En 1923, la televisión adquirió un verdadero desarrollo técnico gracias al ruso, nacionalizado norteamericano, Vladimir K. Zworykin, al inventar un tubo electrónico capaz de captar y analizar una imagen; lo llamó *iconoscopio* y consistía en un tubo de rayos catódicos capaz de analizar una imagen a velocidad de la luz.

En 1928 el estadounidense Philo T. Farnsworth desarrolló otro tubo con características diferentes, llamado *tubo disector*.

En Inglaterra hubo también otros pioneros en el campo de la televisión.

La discusión entre los partidarios del sistema mecánico y el electrónico se prolongó durante los años veinte.

Para 1939, víspera de la guerra, los Estados Unidos comenzaron a producir

aparatos receptores en serie, en vista del creciente auge de la televisión, de tal suerte que el 30 de abril se inauguró la Feria Mundial de Nueva York y en ella se inició oficialmente la televisión comercial.

En el mismo año, el ingeniero mexicano Guillermo González Camarena inventó un sistema de televisión cromático. A partir de este momento en diferentes países del mundo surgieron otros procedimientos más elaborados y mejor financiados, pero con la idea de nuestro inventor, basado en tres colores primarios.

Al estallar la guerra se frenó la industria de la televisión. Así, el 24 de febrero de 1942 fue prohibida la fabricación de aparatos de televisión en los Estados Unidos para uso comercial, mas terminada la guerra (1945), el público reclamó de nuevo el aparato.

En 1946 se llegó a los 10 mil receptores, un número nunca antes alcanzado. Los años anteriores se caracterizaron por el aumento de televidentes, sobre todo en Estados Unidos e Inglaterra.

En todo el mundo la televisión constituyó un suceso innovador y su crecimiento fue vertiginoso de 1950 a 1957.

En nuestro país, la televisión se inaugura con una estación experimental, el 7 de septiembre de 1946 (XHIGG). La transmisión comenzó a las 14:30 horas con un programa artístico. Por espacio de dos años la televisora XHIGG difundió programas cada sábado en la ciudad de México.

El entonces presidente de la República, Miguel Alemán Valdés, envió al ingeniero González Camarena y a Salvador Novo a un viaje por varios países, el primero a investigar el aspecto técnico y el segundo, lo relacionado con el contenido; el reporte de los viajeros hizo decidir al presidente Alemán el otorgar las concesiones de las estaciones particulares.

El 31 de agosto de 1950 se inauguró la primera televisora comercial en México y de América Latina: XHTV, canal 4 y al día siguiente se transmitió el cuarto informe del gobierno del presidente Alemán. Para la ciudad de México fue un novedoso espectáculo.

A fines de octubre de 1950 empezó a salir esporádicamente al aire XEW-TV, canal 2, con transmisiones originadas en los estudios radiodifusores de XEW, en tanto terminaban las instalaciones en donde más tarde sería *Televiscentro*.

Mientras tanto, el canal 4, que tenía estudios y oficinas muy reducidas, emitía su señal de las 17:00 a las 19:00 horas, casi sin anuncios. Los primeros patrocinadores de la televisión mexicana fueron la compañía de relojes *Omega* y la tienda *Salinas y Rocha Alameda*.

El 1 de enero de 1952 el canal 2 presentó por primera vez una programación en forma, de las 15:00 a las 22:30 horas, y once días después se inauguró *Televiscentro*.

Así surgió la competencia entre los canales 4 y 2, en tanto aumentaba el número de televisores en la ciudad de México.

En ese mismo año, el 18 de agosto, inició sus actividades la tercera estación televisora, XHGC, canal 5, propiedad del ingeniero González Camarena.

El 26 de marzo de 1955 se conoció definitivamente la integración del Consejo de Telesistema Mexicano, S.A., uniéndose los tres canales con el propósito de crear una estructura más sólida, benéfica para la industria, y con mayores posibilidades de servicio y expansión. Telesistema comenzó a enviar su señal a la provincia, instalando retransmisoras mientras se fundaban televisoras locales. El número de receptores aumentó, en razón de que las familias con más recursos adquirirían varios aparatos.

Como actividad social, como medios de comunicación, la radio y la televisión se han tenido que ir vinculando al desarrollo de otros renglones de la vida nacional. Ciertamente la aparición de fenómenos, actividades, actitudes, etc., que tienen que ver con la colectividad, no con individualidades, hace necesario que el Estado emprenda acciones para proteger tanto a las instituciones republicanas como a los diferentes actores sociales.

El funcionamiento de la radio y la televisión si bien vivió una época en que aparentemente todo era permitido, al no haber disposición en contrario, tuvo que entrar al marco jurídico que en las diferentes esferas de competencia regula la legislación mexicana.

A la par del desarrollo técnico y la expansión correspondiente, la radio y la televisión fueron motivo de dicha regulación. Así, en 1926 el presidente Alvaro Obregón expide la *Ley de Comunicaciones Eléctricas*.

Para febrero de 1942 el presidente Manuel Avila Camacho promulgó el *Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados*, que sustituyó al de 23 de diciembre de 1936.

El 8 de enero de 1960 entró en vigor la *Ley Federal de Radio y Televisión*, la cual estableció definitivamente las bases legales de la relación entre el Estado Mexicano y los particulares en esta materia, vigente hasta nuestros días. Esta ley se vio complementada con su respectivo Reglamento en 1973.

A través de los años estos dos medios de comunicación han sido testigos y propagadores de hechos históricos que han marcado huella en la historia de nuestro país.

Fue a través de la radio como el pueblo conoció, por ejemplo, el decreto mediante el cual el presidente Cárdenas expropia la industria petrolera,

considerado este hecho como la independencia económica de nuestra nación. Fue la televisión quien permitió que el hombre común participara de la llegada del hombre a la luna. Una y otra han sido canales para la difusión de eventos como las Olimpiadas que se realizaron en nuestro país en 1968, etcétera. La relación pudiera resultar bastante extensa.

En el aspecto técnico estos dos medios han incorporado innovaciones como el video-tape que permitió y permite la grabación de productos televisivos, la telefonía — más recientemente la celular —, la transmisión vía satélite, la transmisión por cable, la televisión y radiofonía restringida y avizora la implementación de nuevas técnicas como lo que se conoce actualmente como televisión interactiva.

Como es sabido, es la Constitución Política del país la que rige de manera general y fundamental y cada uno de los actos jurídicos, los individuos como de las relaciones que se establecen entre el poder público y los particulares.

En este respecto reviste una fundamental importancia en los respectivos ámbitos de acción. Por una parte los particulares, a través de los medios de comunicación, se relacionan no sólo en lo que tienen que ver de manera directa con el proceso de la comunicación, sino que de esta relación pueden derivarse un sinnúmero de contratos, controversias, relaciones de compra-venta, etc., mismas que están claramente tuteladas tanto por la propia Constitución como por los instrumentos más particulares y específicos de las diversas esferas jurídicas.

En lo que se refiere a radio y televisión como los medios de comunicación, podemos decir que el marco legal lo constituyen, como decíamos, la Constitución Política del país, como norma y más una norma jurídica: la Ley Federal de Radio y Televisión, que de manera específica reglamenta los asuntos relativos de estos dos medios, así como la Ley General de Comunicación:

Capítulo II

Marco legal de la radio y la televisión en México

Enterar al tema de los medios de comunicación en relación con su normatividad, implica abocarnos al estudio y análisis de nuestra Carta Magna.

Como es sabido, es la Constitución Política del país la que rige de manera general y fundamental todos y cada uno de los actos tanto de los individuos como de las relaciones que se establecen entre el poder público y los particulares.

Uno y otro aspecto reviste una fundamental importancia en las respectivas esferas de acción. Por una parte los particulares, a través de los medios de comunicación, se relacionan no sólo en lo que tienen que ver de manera directa con el proceso de la comunicación, sino que de esta relación pueden derivarse un sinnúmero de contratos, controversias, relaciones de compra-venta, etc., mismas que están claramente tuteladas tanto por la propia Constitución como por las leyes secundarias más particulares y específicas de las diversas esferas sociales.

En lo que se refiere a la radio y la televisión como medios de comunicación, podemos decir que el marco legal lo constituyen: como decíamos, la Constitución Política del país, como rectora y máxima norma jurídica; la Ley Federal de Radio y Televisión, que de manera específica reglamenta los aspectos legales de estos dos medios; Ley de Vías Generales de Comunicación;

el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, así como otras disposiciones de diversa naturaleza que, si bien es cierto están destinadas a otras áreas o actividades, se vinculan con los medios de comunicación de una manera sobresaliente.

a). La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Algunos tratadistas y estudiosos del derecho, han señalado que hay un hecho generador del Estado que consiste en que un grupo de individuos identificados por su nación se convierten, por ello, en una unidad colectiva y en un momento dado esta colectividad empieza a ser provista de órganos que deciden y actúan por su cuenta y en su nombre. Cuando estos órganos de poder se imponen a la colectividad que vive en su territorio, se dice que entonces el Estado tiene una Constitución, entendida ésta como un conjunto de normas, como un cuerpo de principios relativos a su organización política.

En nuestro país, con el inicio de la Guerra de Independencia, el pueblo de México quiso darse esas “normas”, que en su momento fueron plasmadas en los *Sentimientos de la Nación* y que a través de los años de alguna manera han quedado enmarcados en la Constitución de 1917, promulgada en la ciudad de Querétaro, misma que está vigente en nuestros días.

Dentro del Título Primero, Capítulo I, denominado “*De las garantías individuales*”, son dos los artículos que tienen que ver con los medios de comunicación: el 6o. en donde se establece el derecho de manifestación de las ideas sin ninguna inquisición judicial o administrativa y el derecho a la información; y, el 7o. que establece la libertad de imprenta sin censura alguna, básicamente.

La libertad de expresión, que como decíamos consagra la Constitución en

su artículo 6o., ha sido considerada como una de las libertades esenciales del ser humano que constituyó un punto importante en la ideología liberal del siglo XVIII y que fue plasmada en la Declaración de los Derechos del Hombre y del Ciudadano de 26 de agosto de 1789 en Francia. En dicha Declaración, en el artículo 10 se expresaba que nadie debía ser molestado por sus opiniones, aun las religiosas, mientras que la manifestación de ellas no perturbara el orden público establecido por la ley.

Esta referencia es importante ya que con frecuencia se confunde lo que es la libertad esencial del hombre en cuanto a su capacidad de manifestarse, con el régimen jurídico que regula esa capacidad. La posibilidad de la expresión de las ideas ha sido entendida en todos los tiempos, lo que realmente se ha reclamado es la protección a las consecuencias que al ejercer tal derecho se pueden provocar, por ejemplo quien era juzgado por la Inquisición debido a una herejía, sin duda había hecho uso de su libertad, pero las consecuencias que le traía el empleo de ella, lo podía llevar a la muerte.

Así, esta liberalidad no se refería a la libertad en abstracto, sino a toda una serie de garantías jurídicas que le permitieran al individuo ejercer realmente la libre expresión del pensamiento, sin censura ni inquisición alguna.

Desde la perspectiva del derecho, dice Eduardo Andrade Sánchez en sus comentarios al artículo 6o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, "toda libertad es una posibilidad limitada en función del régimen que regula la vida común. Sólo puede ser materia de regulación jurídica aquella libertad cuya manifestación pueda dar lugar a consecuencias de derecho"¹, como lo es o puede ser la manifestación de ideas.

¹ Andrade Sánchez, Enrique. Artículo 6o. Comentarios. **Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada**. México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Primera Edición, 1985, p. 18.

Si la libertad de expresión fuera absolutamente ilimitada —continúa Andrade—, nadie podría ser castigado por los insultos lanzados contra otra persona, que es el significado de la injuria ni tampoco podría ser reclamado en cuanto a su responsabilidad por la imputación de hechos a una tercera persona, de los cuales pudiera resultarle a ésta una disminución de su reputación o el menosprecio de sus semejantes.²

En el artículo 6o., podemos encontrar dos tipos de garantías a la vez, una de carácter individual, que corresponde a la *libertad de expresión* y otra de tipo social que está sintetizada en el concepto del *derecho a la información*.

En términos generales como libertad de expresión debemos entender que es aquella que se da por el hecho simple de la articulación de las palabras o por el hecho de expresar las ideas a través de gestos o cualquier otro medio. No debe pues entenderse como la forma multiplicada por medio de recursos tecnológicos, situación que queda contemplada, de manera ampliada, en el artículo séptimo que se refiere a la libertad de imprenta. Esta primera parte del artículo 6o., está condicionado en el derecho constitucional a ciertos límites que la propia ley suprema define y que son los ataques a la moral o a los derechos de un tercero o bien la provocación a algún delito o la perturbación del orden público, de donde se han desprendido, en nuestra codificación penal, delitos como la injuria, la difamación o la calumnia, mismos que son cometidos por medio de la expresión. Lo anterior resulta lógico si tomamos en cuenta que la ley debe prever los casos en que la libertad de expresión pueda dañar a terceros.

El *derecho a la información*, que es un concepto que se introdujo en la norma constitucional en 1977, es una función estatal que tiene por objeto preservar un derecho de índole social, colectivo, es decir, es una garantía que atribuye al

² Ibidem p. 19.

Estado la función de asegurar para los integrantes de la nación, la recepción de una información oportuna, objetiva y plural.

Es patente que la dinámica de la vida nacional ha determinado en sus integrantes la necesidad de contar en todo momento de un cúmulo de información objetiva y veraz que le permita la toma de decisiones. Esta necesidad de recibir información no se puede desvincular de la libertad individual para expresar ideas u opiniones por cualquier medio.

Lo que nació de un programa netamente partidista, ha sido incorporado a nuestra ley fundamental. El derecho a la información –se decía en un documento del Partido Revolucionario Institucional– “significa superar la concepción exclusivamente mercantilista de los medios de comunicación; significa renovar la idea tradicional, que entiende el derecho de información como equivalente a la libertad de expresión: es decir, libertad para el que produce y emite, pero que se reducirá si ignora el derecho que tienen los hombres como receptores de información.

“La existencia de un verdadero derecho a la información enriquece el conocimiento que los ciudadanos requieren para una mejor participación democrática, para un ordenamiento de la conducta individual y colectiva del país conforme a sus aspiraciones”. Citado por Eduardo Andrade Sánchez en sus comentarios a la Constitución.³

El derecho a la información viene a completar, pues, el derecho a la libertad individual de expresión, es el complemento, por decirlo de alguna manera. Dado que los medios masivos de comunicación en la actualidad sólo pueden ser usados por un reducido y elitista número de grupos o personas, para la sociedad resulta de vital importancia tanto la libre expresión como el ya citado derecho

³ Ibidem pp. 20-21.

a la información, que viene a significar la posibilidad de que la ciudadanía pueda aprovechar la gran potencialidad que los recursos tecnológicos han desarrollado en los medios, para que estos sean la fuente de una información oportuna, objetiva y veraz, pues, aun para el hombre común, es un factor importante en la toma de decisiones en base a los contenidos que se difunden en los medios.

Sí, la sociedad requiere de garantías que le aseguren que la información que recibe a través de los diversos medios tenga cierta *calidad* que la haga confiable. Ahora, este derecho no sólo tiene que ver con el entorno del individuo en cuanto a sus decisiones de orden personal — en dónde invertir, qué comprar, etc. — sino que va más allá. Este derecho nos posibilita a ser partícipes de la información que interesa a la vida nacional. Actualmente este es un reclamo que se ha manejado hasta el cansancio debido a algunos acontecimientos que han trascendido de los círculos meramente policíacos: los asesinatos del cardenal Jesús Posadas Ocampo, Luis Donald Colosio Murrieta y José Francisco Ruiz Massieu, sin dejar de lado los sucesos del levantamiento armado en el estado de Chiapas, por citar sólo estos ejemplos.

La ciudadanía quiere saber qué es lo que está pasando en nuestro país, las causas, los móviles, los autores, etc. de todos estos acontecimientos, y la Constitución General de la República posibilita este conocimiento ciertamente con las limitantes, reales o ficticias, de cada caso en particular.

En este mismo sentido mucho se ha hablado sobre la posibilidad de que la sociedad conozca y pueda consultar los documentos relativos a los acontecimientos de octubre de 1968, sin que hasta el momento se haya logrado gran cosa.

Eso es en lo que respecta al ejercicio, podríamos decir, del derecho a la información como tal, pero existe la otra demanda de la sociedad que va

sufrido a lo largo de más de siete décadas.

Sin embargo, debemos señalar que una interpretación amplia del contenido de ambos artículos nos permiten afirmar que son estos los que tutelan las actividades y funcionamiento de la radio y la televisión en México.

En el primer enunciado del artículo 7o. constitucional, está contenida su esencia, al señalar que “*es inviolable la libertad de escribir y Publicar...*”, es decir, no puede ser restringida la prerrogativa de escribir y hacer públicas las ideas y pensamientos. Y así como los medios impresos tienen un efecto multiplicador, difusor de la información, también la radio, la televisión y el cine –y más recientemente la computación– ponen al alcance del público los más diversos productos de comunicación.

Más específicamente la radio y la televisión tienen la posibilidad de *hacer común* una noticia, una idea, un invento, etcétera, todo aquello que la actividad diaria del hombre va creando o los hechos trascendentes e intrascendentes, incluso, que interesan a la colectividad.

Los medios de comunicación masiva, aunque tienen diversas posibilidades, limitantes y potencialidades, comparten el objetivo común de ser el escaparate y la tribuna para que la sociedad: a) ejerza su derecho a la información, con las características que hemos apuntado; y b) pueda hacer público su pensamiento y que no quede en la detentación de estos medios como arma política, cultural y económica, como más adelante veremos.

Desde el punto de vista constitucional, hemos visto algunos aspectos importantes vinculados con los medios de comunicación, en cuanto canales por los cuales el hombre en lo individual y en lo colectivo, pueden hacer uso de prerrogativas fundamentales, sin embargo, faltaría aquel elemento que de manera genérica establezca el vínculo entre los actores sociales y el Estado y esto lo encontramos, aunque vagamente, en el artículo 27 de la Constitución,

párrafo cuarto, que establece el dominio del estado sobre una serie de recursos naturales, así como *“el espacio situado sobre el territorio nacional, en la extensión y términos que fije el derecho internacional”*.

Con base en este derecho que el Estado se reserva para sí, es que se entiende de interés público el dominio de las ondas electromagnéticas que se propaguen a través del espacio, lo que se complementa con lo que se establece en el párrafo 10 del artículo 28 de la propia Constitución: *“el Estado, sujetándose a las leyes, podrá en casos de interés general, concesionar la prestación de servicios públicos o la explotación, uso y aprovechamiento de bienes de dominio de la Federación...”*. Es decir, que es el Estado mexicano, considerando de interés público el dominio del espacio, quien puede controlar, vía concesiones, la transmisión de señales de radio y televisión.

Si somos un poco más analíticos, encontramos que el artículo 25, cuarto párrafo, en relación con el párrafo cuarto del artículo 28, establece el control exclusivo de la comunicación en las áreas de correos, telégrafos, radiotelegrafía y la comunicación vía satélite. Aquí tal vez valdría la pena hacer un análisis respecto a la conveniencia del control estatal con respecto a estas áreas, hoy en día difícilmente se entiende la comunicación efectiva, pronta y eficiente, sin el uso de los avances tecnológicos que en materia de comunicación se han alcanzado a nivel mundial. Sin embargo, en un país como el nuestro en donde existen marcadas diferencias sociales, económicas y culturales —principalmente— el control de recursos como los que se enuncian en el citado artículo constitucional, resulta importantísimo si tomamos en cuenta que acceder a la era de la comunicación satelital representó y representa para México, entrar de lleno al proceso de privatización del espacio exterior que se ha transformado en una carrera multinacional —obviamente con mayor presencia de los Estados Unidos de América—, que otorga poderío político y económico a las naciones que cuentan con un satélite propio y que

definitivamente puede tener una marcada influencia en los receptores de mensajes por esta vía, como la transformación cultural de los pueblos, la pérdida de identidad nacional, etc.

Con este esquema es que se hace necesario, desde el punto de vista social y político, el análisis de los enunciados constitucionales que de manera directa e indirecta tienen que ver con los medios de comunicación, sobre todo la radio y la televisión que nos ocupan, para valorar en su justa medida un panorama que sólo ha proporcionado beneficios a los que en la actualidad detentan concesiones que los ha transformado en poseedores, quiérase o no, de un gran poder político, amén del económico, como será analizado en su momento.

b). Ley Federal de Radio y Televisión de 1960

Casi cuarenta años después de la aparición de la radio en México y a diez de que la televisión transmitiera su primera señal oficial con motivo del informe del entonces presidente de la República, Miguel Alemán, entró en vigor la *Ley Federal de Radio y Televisión* que se ha mantenido hasta nuestros días casi sin modificaciones.

Esta ley regula el funcionamiento de las emisoras de señales de radio y televisión en nuestro país en base a los siguientes puntos principales:

Jurisdicción y competencia. — En donde se establece las atribuciones que en materia de radio y televisión tienen algunas secretarías de la administración pública federal, como son la de Comunicaciones y Transportes, la de Gobernación, de Educación Pública y la de Salud.

Cada una de ellas en sus respectivas esferas de competencia se abocan a regular algunos aspectos, entre ellos el de poder otorgar y revocar las concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión; velar por las condiciones en las cuales se emiten mensajes por radio y televisión, vigilando

que éstas se mantengan con características muy especiales que van desde el respeto a la vida privada, hasta la persecución de delitos que tienen que ver con la perturbación del orden público, acción que podría resultar inquisidora desde el punto de vista de la "gubernabilidad" de los medios, del control que el estado mexicano puede y ejerce en los medios de comunicación, no solamente en radio y en televisión sino que se extiende a otros como el cine y los impresos; la promoción de la educación a través de los medios y la vigilancia de los derechos autorales; y, finalmente, la vigilancia de las normas bajo las que se rige la promoción de medicamentos, servicios de asistencia médica y alimentos, entre otros, respectivamente.

Concesiones y permisos. — Como lo apuntábamos anteriormente, a través de esta ley se regula la forma mediante la que los particulares — como personas físicas o morales — y las instituciones, pueden tener acceso a detentar una estación difusora de radio o televisión, así como las condiciones por las que la concesión o permiso (que son las dos modalidades por las que se puede operar), puede ser nulificada o puede caducar.

Destaca en este apartado la clasificación de las estaciones que para fines de la propia ley se entenderán. Estas son: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación y escuelas radiofónicas y será el Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el encargado de otorgar las concesiones o permisos. En este mismo sentido, se establece que para las estaciones de tipo comercial se requerirá concesión, mientras que para las de otros tipos solamente permiso.

Fija, además, que solamente los ciudadanos o sociedades mexicanas podrán ser destinatarios de concesiones o permisos, siendo obligatorio que las acciones (en el caso de las sociedades) sean de carácter nominativo. En esta misma línea se contempla que no se podrá gravar o enajenar total o parcialmente la

concesión o permiso en favor de dependencias o gobiernos extranjeros, cuando ello suceda, quedarán sin efecto las acciones y pasarán a dominio de la nación.

Se establece también que el término de una concesión no puede exceder de 30 años, siendo posible el refrendo.

Otro aspecto importante es el que se refiere a la forma en que el Ejecutivo Federal podrá otorgar las concesiones para estaciones comerciales, que consiste en que será él quien determine el momento, la localización y la periodicidad en que se sometan a explotación los canales o frecuencias que puedan ser objeto de ello. Es decir que, a juicio del Ejecutivo, se pueden admitir solicitudes para la explotación de una estación de radio o televisión, sólo cuando así convenga al Estado mexicano, quien estudiará cada solicitud y decidirá a quién se otorga, de entre los solicitantes.

En cuanto a las nulidades, caducidad o revocaciones de las concesiones, se contemplan algunas circunstancias generales de las que destacan las siguientes:

- a). No iniciar o terminar las instalaciones en los tiempos comprometidos.
- b). Cambiar la ubicación del equipo de transmisión, la o las frecuencias, sin la autorización de la Secretaría.
- c). Cambiar de nacionalidad los concesionarios.
- d). Admitir como socios a extranjeros o enajenar en su favor la concesión.
- e). En tiempo de guerra, prestar cualquier ayuda al enemigo.

En cuanto a los permisos, se establece que será causa de revocación o nulidad, cuando el permisionario transmita anuncios comerciales.

Funcionamiento.— Otro de los aspectos importantes en los cuales se detiene la ley es la que se refiere al funcionamiento de las estaciones

transmisoras de radio o televisión.

Ahí se establece, entre otras cosas, que será la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la encargada de definir en cada caso, el horario y potencia de transmisión, así como la prohibición de suspender su funcionamiento, salvo en casos de fuerza mayor.

También en este apartado establece lineamiento para evitar la interferencia tanto entre estaciones nacionales como internacionales.

Programación. — En cuanto a la transmisión de los mensajes a través de estos medios, vale la pena citar el artículo 58 de la propia Ley Federal de Radio y Televisión, que de una manera clara y en sentido general establece ciertas consideraciones. Dice:

“El derecho de información, de expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes”.

Es a través de este artículo que el legislador ha querido enmarcar lo que se establece en las Garantías Individuales en nuestra Constitución, en torno al derecho a la información y a la libre expresión de las ideas. Es, de hecho, la piedra angular en la que se basa este capítulo de la Ley.

El artículo 59 establece que será obligación de las estaciones de radio y televisión del país transmitir por lo menos 30 minutos — continuos o discontinuos— de contenidos de carácter cultural, educativos y de orientación, tiempo que será cubierto por el propio estado.

Se dan lineamiento de orden general para el diseño de programas destinados al público infantil, destacando el objetivo de propiciar el desarrollo armónico de la niñez, el estímulo a la creatividad y la integración familiar, así

como la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la “comunidad internacional”, entre otros.

Prohíbe las transmisiones que *corrompan el lenguaje* y las contrarias a las buenas costumbres a través de expresiones, sonidos o imágenes; la apología de la violencia o del crimen y todo aquello que denigre o sea ofensivo al culto cívico de los héroes, para las creencias religiosas o sea discriminatorio a las razas. Se prohíbe también la transmisión de noticias, mensajes o propaganda que sean contrarios a la seguridad del Estado o al orden público, así como aquellos mensajes que, siendo captados por cualquier medio, no sean destinados al dominio público.

También en este Capítulo se establece la obligación de integrarse a las *cadena nacionales* cuando se trate de transmitir mensajes de interés nacional, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

En lo que toca a los contenidos de propaganda comercial, esta ley establece las siguientes consideraciones:

- a). Se deberá establecer un equilibrio entre los anuncios comerciales y el resto de la programación.
- b). No se podrá hacer publicidad a centros de vicio.
- c). No se engañará al público con anuncios que exageren o falseen las propiedades de los productos.
- d). La propaganda comercial no deberá incitar a la violencia, sobre todo la que se transmita durante los programas infantiles.
- e). No distorsionarán los hábitos de consumo de alimentos de buena nutrición.
- f). Cuando se transmitan anuncios de bebidas alcohólicas de

más de 20 grados, se deberá combinar con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición popular, debiendo abstenerse de emplear como talentos a menores de edad; tampoco se podrán ingerir real o aparentemente en la pantalla.

- g). La Secretaría de Salud será la que autorice la publicidad de aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento.
- h). Se hará propaganda de loterías y sorteos, cuando la Secretaría de Gobernación los haya autorizado.

Otro aspecto que es de llamar la atención es la disposición mediante la que se fija al idioma español como el que se deberá emplear en las transmisiones de radio y televisión, permitiendo el uso de otros idiomas, siempre y cuando se haga de manera paralela una traducción o interpretación al español.

Finalmente, es de destacarse la disposición de que las emisoras deberán identificar su señal por lo menos cada 30 minutos.

Infracciones y sanciones.— El título sexto de la Ley Federal de Radio y Televisión se aboca a establecer las infracciones y sanciones para quienes incurran en faltas y violaciones a la propia ley, destacando 3 aspectos principales:

- 1.— **Prisión.** Esta sanción se establece para quienes dañen, perjudiquen o destruyan bienes muebles o inmuebles de una estación, de tal suerte que se suspendan las transmisiones.
- 2.— **Multas.** Estas se aplicarán, en diferentes montos, a los infractores de esta ley que violen alguna de sus disposiciones.
- 3.— **Confiscación.** Esta sanción se considera aplicable a quienes operen y

exploten, sin la autorización correspondiente, una estación difusora, para lo cual establece que se confiscarán los bienes muebles e inmuebles empleados.

c). Ley de Vías Generales de Comunicación

De manera extensa, esta Ley se aboca a regular todas las vías de comunicación entre las que se cuenta el servicio postal — que a partir de 1986 cuenta con un ordenamiento específico —, las comunicaciones marítimas, terrestres (entre las que se encuentran los ferrocarriles, los puentes, carreteras, etc.), el espacio aéreo en que transitan las aeronaves, entre otras cosas, pero lo que es de llamar la atención en el terreno que nos ocupa, es lo que se establece en la fracción X, del artículo 1 en donde se asienta: *“Las líneas conductoras eléctricas y el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, cuando se utilizan para verificar comunicaciones de signos, señales, escritos, imágenes o sonidos de cualquier naturaleza”* entendiéndose, desde luego incluidas la radio y la televisión.

Ya en el cuerpo mismo de la Ley, en el Libro Quinto relativo a las comunicaciones eléctricas, Capítulo I, *De las Instalaciones en General* se ratifica la postura del gobierno federal de ser él quien concesiones la explotación de vías de comunicación eléctricas, y en capítulo especial llamado *Instalaciones radiodifusoras comerciales, culturales de experimentación científica y de aficionados*, en el artículo 406, solamente se habla de que *las instalaciones de aficionados se autorizarán exclusivamente para iniciarse en la técnica y en la práctica de los sistemas de radiocomunicación, por simple entretenimiento y sin interés pecuniario alguno*. Los demás artículos que conformaron en su momento este capítulo fueron derogados.

Esta Ley también trata sobre algunas sanciones generales aplicables a las vías de comunicación, destacando, entre otras, la pérdida en beneficio de la

Nación, de las vías que se exploten sin concesión o permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y que se impondrá prisión de quince días a un año y multa a quien viole el artículo 384, relativo a la obligatoriedad de transmitir mensajes de auxilio de embarcaciones o aeronaves que soliciten auxilio; y no transmitir mensajes de autoridad, que se refieran a la seguridad nacional.

d). Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica

Dentro de lo que es el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión sus postulados legales establecen que tanto la radio como la televisión deben constituir vehículos de integración nacional con miras a una apertura en el terreno de la educación, la información, la cultura y la recreación.

Dar ese punto de vista objetivo y congruente con los hechos para ser capaces de adquirir la cultura de la formación humana. En tanto que los programas recreativos deben tener esa intencionalidad de hacer hincapié en las buenas costumbres y en los valores morales, sin la utilización de escenas fuertes o antimorales, así como los dobles sentidos.

En su propaganda comercial la radio y la televisión deberán estimular el consumo de bienes y servicios principalmente de origen nacional, con la finalidad de darle prioridad a los productos mexicanos esencialmente.

Una de las obligaciones que debe cumplir la radio y la televisión es la transmisión de espacios de desarrollo social, así como el de dedicar 30 minutos en tiempos establecidos o no, sobre diversos tópicos de interés general y para todo tipo de público, de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo, etc., tanto nacional como internacional para beneficio de toda la sociedad.

Por otra parte, para que en México se puedan transmitir programas extranjeros y en diferentes lenguas, se necesitan una serie de requisitos para

determinar su autorización y obtener el derecho de exclusividad, a fin de dotar a estos eventos de seguridad jurídica.

Hemos observado los diferentes concursos que se realizan por radio y televisión, ya sean de preguntas y respuestas o en diferentes modalidades, pues bien, sólo con la autorización de la Secretaría de Gobernación y bajo la presencia de un interventor de la misma, se podrán llevar a cabo, no sin antes cumplir ante la Dirección General de Información con una serie de requisitos presentados con días previos al concurso. De igual forma es el mismo procedimiento para rifas, concursos, u otros sorteos.

Un artículo remarcable dentro del reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión es lo que concierne a la clasificación de películas cinematográficas, series filmadas, telenovelas y teleteatros grabados. Lo anterior apoyado en el artículo 72 de la ley federal vinculado con la Ley de Cinematografía, haciendo las respectivas clasificaciones de las series o película y cuidando que no se violen los horarios establecidos, pues sólo perjudicaría a la niñez y lo que se pretende es establecer los horarios de manera adecuada para que no sea nocivo a ningún tipo de público.

La Dirección General de Cinematografía de la Secretaría de Gobernación es la que autoriza las películas cinematográficas, las series filmadas, las telenovelas y los teleteatros grabados, con una clasificación que determine, en base a su contenido, si son aptos o no como se mencionaba anteriormente.

Una vez obtenida la autorización y clasificación, se deben cumplir cabalmente una serie de requisitos. En tanto, los concesionarios o permisionarios deben dar a conocer por lo menos 15 días antes su programación semanal a la Secretaría de Gobernación cuando ésta sea proveniente del extranjero.

Tal y como lo marca el Reglamento en el artículo 36, toda persona que se

desempeñe dentro de un medio de comunicación, desde concesionarios o permisionarios, locutores, cronistas, comentaristas, artistas, anunciantes, agencias de publicidad, publicistas y demás personal, no deberá alterar la paz social, generar violencia, o hacer uso indebido de los micrófonos como el presentar escenas o imágenes que induzcan al alcoholismo, tabaquismo, etc.

Por otra parte, se enfatiza que las horas de programación para radio y televisión en lo que respecta a propaganda, deberá ser de acuerdo o en coordinación con el tipo de programación que se transmita en ese momento, y para no desvirtuar la imagen es necesario limitar el aspecto comercial para beneficio del público.

De igual forma, la publicidad de bebidas alcohólicas deberá ser restringida y utilizada después de las 22 horas sin exageraciones, además de no ingerirse ante el público ni siquiera aparentemente o utilizar a menores de edad. Lo cual constituye que en el horario de adultos no se irrumpa con imágenes de bebidas o tabaco, para prevención de los niños.

Dentro de este Reglamento se hace mención, debido a su importancia, al Consejo Nacional de Radio y Televisión pues impulsa a los medios de comunicación a su superación, apoyándolos administrativa y técnicamente. Uno de los objetivos de este Consejo, es el de elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones, y para que el Consejo desempeñe esta función, concesionarios y permisionarios de radio y televisión deberán hacer una clasificación en su programación en las categorías de: noticieros, deportes, entretenimiento, cuestiones económicas y sociales, actividades de naturaleza política y programas culturales.

Reviste gran importancia el Consejo Nacional de Radio y Televisión dentro de la Ley en materia al coordinar transmisiones y fijar los horarios en tiempo del Estado. Para auxiliar a este organismo en sus tareas crecientes se prevé de

un secretario, más un representante de los trabajadores.

Finalmente, mientras se infrinja en cualquiera de los lineamientos planteados se estará violando el reglamento a lo que las sanciones entrarán en prontitud.

e). Reglamento del Servicio de Televisión por Cable

Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de enero de 1979 y con reformas sufridas el 18 de agosto de 1980 y el 6 de abril de 1990, este reglamento se aboca a regular el servicio de televisión identificado como "por cable" que a decir del propio reglamento es aquel servicio que se proporciona por suscripción mediante sistemas de distribución de señales de video y de audio a través de líneas físicas.

Destacan en este reglamento los siguientes aspectos:

- i). Este tipo de servicio puede ser concesionado o permisionado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, quien además vigilará las tarifas que cobre a sus suscriptores, el cumplimiento de las disposiciones en materia de vías de comunicación y fijar y modificar las normas técnicas para su instalación, operación y mantenimiento.

Esta misma Secretaría también será la encargada de autorizar los canales extranjeros que podrán distribuirse por este sistema de televisión.

- ii). La Secretaría de Comunicaciones y Transportes será la entidad gubernamental ante la que se eleve solicitud para la instalación, operación, mantenimiento y explotación de los sistema de distribución de señales por cable,

considerando, al igual que en la Ley de Radio y Televisión la exclusión de extranjeros en cuanto a las personas morales que pretendan obtener tal concesión.

- iii). Destaca también la disposición en el sentido de que los concesionarios deberán aportar (artículo 27) el 15% de los ingresos tarifarios al gobierno federal, mediante la aportación en la Cajas de la Tesorería de la Federación.
- iv). No se podrán traspasar, arrendar, gravar, enajenar o permitir el control de sus concesiones.
- v). El artículo 35 habla de la necesidad de evitar que el control de las concesiones o acciones de las mismas recaigan en pocas manos, lo que se vincula con el artículo siguiente en el sentido de que se dará preferencia a personas identificadas con la zona o región donde se pretenda dar el servicio.
- vi). La vigencia de las concesiones será de 15 años, mismo plazo que podrá ser prorrogable.
- vii). Los permisos serán por tiempo indefinido.
- viii). En cuanto a la operación de los sistemas por cable, se establece que no deberán interferir con las señales radiodifundidas en las localidades de influencia, debiendo enviar la señal a todos los canales del sistema cuando lo ordene la Secretaría de Gobernación.
- ix). En cuanto a la programación se establece que quedará sujeta a las disposiciones legales aplicables, remitiéndose específicamente al Capítulo Tercero de la Ley Federal de Radio y Televisión.

Se considera que la programación podrá ser generada

localmente o procedente de otras estaciones teledifusoras, pudiendo incluir información comercial solamente en los canales propios que genere el concesionario mas no así dentro de la programación de otros canales de televisión nacional o incluso extranjeros. Para lo anterior, se entenderá canales que genere el concesionario aquellos que tengan producción propia –en vivo o grabada–, ocupando un tiempo mínimo del 20% de la transmisión total diaria.

Cuando se trate de programación generada en el extranjero, la señal se distribuirá sin propaganda comercial, sin introducir información de esa naturaleza de carácter propio.

Se establece que las interrupciones de la programación para incluir propaganda comercial no podrán ser más de seis en una hora y con una duración máxima de un minuto de duración.

- x). Este Reglamento establece un capítulo de Inspección y vigilancia en el que se habla de visitas de inspección que realizará la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y que tendrán la característica de ser inspecciones técnicas y administrativas, unas para comprobar la aplicación de la normatividad técnica de distribución de señales, etc.; y la otra para comprobar la exactitud en las declaraciones de ingresos y egresos, requiriendo de los concesionarios que se les den todas las facilidades para practicar estas visitas.
- xi). Finalmente se establece un capítulo de sanciones que básicamente se refieren al cumplimiento de la Ley de Vías Generales de Comunicación y del propio reglamento, destacando la relacionada con la interferencia con otras es-

Capítulo III

La radio y la televisión como fenómeno social actual

La necesidad de cambios

El fenómeno de la comunicación social y sus consecuencias ha sido, ciertamente, motivo de regulación a través de las diversas disposiciones legales a que hemos hecho referencia, así mismo, ha sido y es un aspecto que ha generado un sinnúmero de estudios, críticas, aplausos, etc. Sin embargo, cabe destacar de manera importantísima la demanda de numerosos elementos de la sociedad que propugnan porque los cuerpos legales que norman el funcionamiento, no sólo de la radio y la televisión sino de la comunicación en su conjunto, se modifiquen de manera sustancial de acuerdo con los nuevos tiempos que se están viviendo.

Como lo veremos más adelante, los estudiosos de la comunicación, los partidos políticos, pero sobre todo, la sociedad, de manera directa o indirecta, se han manifestado porque la regulación de los aspectos que tienen que ver con los medios electrónicos de comunicación sean puestos al día, entren en el terreno de la modernidad de la que todo mundo habla y que sin embargo no alcanza a llegar a todas las actividades económicas y de servicios, pero sobre todo, en el terreno que nos ocupa, la comunicación.

Desde el punto de vista político a estas alturas en que la sociedad mexicana se encuentra enclavada en un marco de pluralidad y diversificación de

pensamiento, resulta ciertamente criticable la actitud del Estado mexicano de intervenir de una manera avasalladora en lo relativo a los medios de comunicación. La injerencia que en esta materia tienen por lo menos cuatro Secretarías de estado denota cómo es que el gobierno federal puede —y de hecho lo hace— constituirse en un instrumento de presión para quienes deseen usufructuar los medios de comunicación. A través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes necesariamente se entra en un juego con bastantes aristas que limar en relación al otorgamiento de concesiones y permisos para operar, pues es de sobra conocido el mecanismo vestido de legal que no es otra cosa más que el preparar las condiciones propicias para que empresas o personas físicas se vean beneficiadas de antemano con frecuencias de radio o canales de televisión, es decir, que los actuales mecanismos por medio de los cuales la SCT somete a “concurso público” las frecuencias o canales obedecen, más que a verdaderas oportunidades para el público en general de acceder a ello, a un pago o compensación a grupos de poder que garantizan la continuidad —o por lo menos la promoción— del grupo gobernante.

Para Enrique Quintana, periodista y columnista mexicano, tiene que cambiar este mecanismo por medio del cual se otorgan las licencias para poder transmitir una señal en nuestro país. Para él, resulta cuestionable si en el sector de la radio y la televisión es conveniente que el Estado siga con su presencia como órgano regulador, conductor, dador, etc. de estos medios de comunicación. Coincide con otros periodistas e investigadores en el sentido de que es el momento para hacer todo un análisis y una discusión en torno a nuestro actual marco legal en materia de radio y televisión.

Enrique Quintana, que ha sufrido las consecuencias de una reglamentación que considera obsoleta y anacrónica —se refiere obviamente a la Ley Federal de Radio y Televisión—, considera que los actuales términos de la Ley actúan como una amenaza permanente para los propietarios de las estaciones de radio

y de los canales de televisión, pues asegura que sobre los mismos se encuentra el riesgo de perder las concesiones si se “extralimitan” en sus tareas informativas, lo que viene a constituir el mayor impedimento para que la libertad de expresión se ejerza.

Asegura Quintana, citado por Alicia Ortiz, que a partir de que la ley establece que el control del espacio aéreo (por donde se transmiten las señales de los medios electrónicos) es de uso exclusivo del Estado, la posibilidad de operar estaciones transmisoras está sujeto a un sistema de “concesiones”, delimitadas a un período de tiempo y sometidas a ciertas reglas para su funcionamiento. Estas normas, dice, han sido rebasadas por el avance de la tecnología y la mayor apertura política que se ha registrado en nuestro sistema, lo que ocasiona que los propietarios de estaciones o canales constantemente estén infringiendo la ley, so pena de sanciones que pueden representar la pérdida de la concesión.

Este tema, el de las concesiones y permisos, es lo que desde hace bastante tiempo ha inquietado grandemente a muchos sectores de la población que están directa o indirectamente involucrados en los medios de comunicación de masas.

Pero, ¿cuáles son las implicaciones reales que se pueden desprender de la actual legislación y que deben ser modificadas en relación con las concesiones y permisos? Veamos.

Si bien puede ser conveniente para el país, en términos generales, que sea el propio Estado el que tenga el control del espacio aéreo frente a la defensa de éste ante otras naciones, hacia lo interno no se encuentra una justificación que desde cualquier ángulo resulte válida.

Conscientes estamos todos de que debe existir una norma legal que regule el funcionamiento de los medios de comunicación electrónicos, de ello no cabe duda, sin embargo esta normatividad debe obedecer a principios democráticos,

entendiendo esto como una forma de regulación en que las relaciones Estado-industria-opinión pública, puedan cohabitar sanamente apelando a condiciones, si no de igualdad, sí de equilibrio y justicia entre las partes. ¿Por qué de equilibrio? Porque una nueva legislación en la materia que nos ocupa, tiene que considerar la obligación de regular las fuerzas que se mueven y que pueden crear condiciones de sobrerrepresentatividad, hecho que se da en la actualidad si consideramos que por ejemplo la empresa *Televisa* opera aproximadamente el 42 por ciento de las concesiones de televisión⁴ (por cable y de televisión abierta), frente a *Televisión Azteca*, *Multivisión* u otras empresas que podríamos considerar, dadas las mismas condiciones, marginales.

Por las características de nuestra legislación en la materia, se puede entender por qué razones se ha dado en nuestro país un proceso de monopolización de los medios electrónicos de comunicación al concentrarse en pocas manos la gran cantidad de estaciones de radio y televisión.

Si en este momento hiciéramos un estudio profundo de lo que la Ley Federal de Radio y Televisión establece, encontraríamos que plantea situaciones realmente inaceptables para un país que se dice aspirar a la democracia. El monopolio, repetimos, sello indiscutible de la radio y la televisión en México se entiende por diversas razones:

- a). 30 años para el usufructo de una concesión con opción a refrendo por el propietario, que tendrá PREFERENCIA frente a terceros, dice el artículo 16. Aparte de que resulta un período extremadamente largo, tiene la agravante de que puede ser renovada la concesión sin siquiera establecer requisitos mínimos para ello. No se cuestiona el manejo que

⁴ Anónimo. Duelo de imágenes. **Comunicación MEDIA**. México, año 1, núm. 9, octubre de 1994, p. 38.

pudo haber tenido la frecuencia o canal.

Igualmente resulta sorprendente cómo se han podido acumular fortunas inmensas gracias a la detentación de los medios sin cortapisas y por espacios que traspasan la brecha generacional. Debemos pensar en que la alternancia puede ser sana para los medios, para el gobierno y sobre todo para la opinión pública.

- b). Se establecen fianzas o depósitos que realmente caen en lo ridículo a etapas de trámite que por sí mismas se garantizan que serán seguidas, debiendo encontrar mecanismos flexibles que permitan el manejo de cantidades (cuando el caso lo amerite) que tengan realmente el elemento disuasivo o persuasivo correspondiente.
- c). La posibilidad de que sea una sola entidad gubernamental la que decida a “su libre juicio” sobre el destino de las concesiones y permisos ha provocado, como decíamos, el crecimiento de monopolios en perjuicio de pequeñas empresas.

Esta concentración de concesiones a que hemos venido haciendo referencia, debe evitarse y vigilar el cumplimiento del artículo 28 constitucional y su Ley reglamentaria en que se habla de la prohibición de los monopolios en nuestro país, su cumplimiento debe vincularse con una legislación que regule y limite el número de concesiones que pueda tener una persona física o moral.

Pero por qué hablábamos de justicia. Porque actualmente la ley establece condiciones ampliamente ventajosas para las concesiones en perjuicio de los permisos. Esto debe desaparecer. Si bien podemos aceptar y desear que los medios gubernamentales como las televisoras y radiodifusoras regionales y universitarias, diseñen una política de comunicación más compre-

difusión de la cultura —en un sentido amplio— o incluso con tareas tan importantes como la educación de los adultos o la atención a las comunidades indígenas, debemos considerar que actualmente muchos de estos medios se ven fuertemente limitados en la adquisición de equipo, en el pago de productores, programadores, etc., compra de consumibles como agujas para las tornamesas, cintas de video y/o audio, discos, pago de derechos y una larga lista de etcéteras, por depender de un presupuesto rígido que es regateado y ministrado a cuentagotas por los servidores públicos a quienes, o no interesa, o no quieren entender la función social de estos medios, que realmente han venido a cubrir una necesidad que manifestaba la sociedad de verse reflejado en los medios electrónicos y que en ellos han encontrado cabida. Claro, hay que aceptar que algunos de estos medios transmiten productos de pésima calidad y las razones de ello escapan a los objetivos del presente estudio.

Debe pues la ley plasmar condiciones de justicia y de igualdad por lo menos en la POSIBILIDAD de poder acceder a otros medios de financiamiento vía comercialización — prohibición establecida en la fracción III del artículo 37 de la Ley— para dejar de estar supeditados al ejercicio presupuestal que se agota en los primeros meses del año.

Muchos se opondrán a este esquema que se propone por temor a una posible “contaminación” de los contenidos con la publicidad, sin embargo, estamos conscientes que con políticas de comunicación diseñadas responsable y profesionalmente, esa temida contaminación vendrá, si acaso, a establecer una simbiosis de la que el público saldrá beneficiado.

Ya hemos comentado la postura de Enrique Quintana —y que es opinión compartida por buena parte de los comunicadores y demás estudiosos de la materia— en el sentido de que el papel que actualmente juega el Estado mexicano en el otorgamiento de concesiones y permisos para operar una

estación de radio o de televisión, debe modificarse.

El hecho de que sea el Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes quien determine el momento, el lugar y la periodicidad en que se sometan a “concurso” para explotar comercialmente frecuencias o canales no puede seguir más. Si bien estamos de acuerdo, insistimos, en que a él corresponde la protección ante intereses o injerencias extranacionales, debe abrirse ante los conacionales para que se haga efectiva la posibilidad real de que el ciudadano común pueda aspirar, legítimamente, a explotar un medio electrónico de comunicación dentro del marco legal y social que ello acarrea.

El mecanismo actual, además de que resulta burdo, puede prestarse a un sin fin de componendas y corruptelas que vician un proceso que pudiera ser sencillo y funcional desde el punto de vista tanto político como social. Desafortunadamente no podemos garantizar que las prácticas extralegales se acaben, sin embargo, en la medida que se creen los organismos que salvaguarden nuestros derechos y aquellos estén comprometidos con la defensa y la aplicación de la ley, esta tendencia o práctica sí será superada.

Ejemplo de la necesidad urgente de que se modifique los actuales mecanismos de asignación de frecuencias y canales, es *TeleVerdad*.

El 7 de septiembre de 1994 inició sus transmisiones *TeleVerdad*, que es una estación radiodifusora que sin concesión o permiso de la SCT, opera(ba) de las 7:00 a las 24:00 horas en los 89.1 MHz de la banda de Frecuencia Modulada y con 5 Watts de potencia radioeléctrica, en el cruce de las avenidas Insurgentes y Paseo de la Reforma, en la ciudad de México.

Ante la negativa de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes de otorgar concesión o permiso para operar una estación de radio, y ante la cerrazón de los medios concesionados de abrirles espacios, la Asamblea de

Barrios del Distrito Federal optó por el “clandestinaje”, que, a decir de Marcos Rascón, militante del PRD y director de la emisora, no pretende hacer una estación partidista sino abierta a “personas que tengan algo que decir”. *TeleVerdad* apela a la anacronía de la legislación en la materia, para legitimar sus transmisiones.

Ante esta situación, la respuesta de las autoridades gubernamentales fue el desmantelamiento y confiscación de equipo y aparatos — por operar “fuera de la Ley” —, el domingo 9 de octubre de 1994.

Si bien no podemos estar de acuerdo en la forma, sí lo estamos en el fondo de lo que pretende *TeleVerdad*: que la autoridad, en un marco de legalidad, se abra a las voces de los diversos sectores o grupos que siendo tan heterogéneos en nuestra sociedad, reclaman la posibilidad y el derecho de manifestarse y de ser escuchados por los otros miembros. Esto nos va a permitir olvidarnos de medios que, estando tan comprometidos con el poder político o con sus intereses económicos, son impermeables a nuevas voces y mensajes que no necesariamente atentan contra ellos — los medios o el gobierno —, sino que pudieran ser complemento de los primeros y monitor de necesidades que aquejan a la colectividad. El papel de los medios electrónicos de comunicación, como la radio y la televisión, es cada vez más cuestionado por amplios sectores de la sociedad no sólo en México, sino en muchos países en vías de desarrollo. No se cuestiona la existencia misma de los medios sino los contenidos que transmiten y los mínimos espacios libres para la comunicación de otras entidades de la sociedad, que también tiene derecho a expresarse.

Estos grupos sociales son conscientes de que no pueden luchar para frenar a los imperios de la comunicación que tienen todo el poder político y económico — de su lado, sin embargo, se está enfrentando una lucha en la búsqueda de espacios de comunicación alternativos para hacer uso de ellos.

No significa que creamos que vehículos de comunicación como *TeleVerdad* deban convertirse en refugio de personas o grupos sociales que utilicen al medio para librar batallas — muchas veces personales— contra la autoridad en turno. Nadie, creemos, podría estar de acuerdo en ello. Es ahí donde radica la importancia de tener una legislación que, por lo menos, permita acceder a medios de comunicación. Entonces, sí significa que medios de esta naturaleza y con esas características puedan dar cabida a voces disidentes que razonada y responsablemente expongan sus opiniones o sus mensajes.

Debemos CANALIZAR experiencias como las de Argentina en donde los presos de Olmos, cárcel de máxima seguridad, y los internos del Hospital Borda cuentan con sus propias estaciones de radio. Debemos perder los miedos a decir lo que pensamos o a escuchar voces que no comparten nuestras posturas ideológicas. La intolerancia es el común denominador de los gobiernos arbitrarios, despóticos y dictatoriales.

Es conocida y ampliamente discutida la manera en que el gobierno de la República mantiene una relación con los medios, en este caso no sólo con los electrónicos sino también con los de otra naturaleza. Así, en lo que toca a la Secretaría de Gobernación, es patente su injerencia en términos de la gobernabilidad a la que hacíamos referencia párrafos arriba, pues a través de la política interna que maneja, coacciona para que los mensajes que permitan la continuidad sexenal se manejen y así vemos cómo los medios tocan al compás que dicha Secretaría lleva. Esto que parece una apreciación chusca tiene más de fondo si recordamos los múltiples casos en que el gobierno de la república ha retirado la propaganda de sus programas de los medios como una manera de presión, no sólo económica, sino política para hacer sentir de manera determinante a los medios que quisieran salirse de la “línea”, lo frágil y endeble que puede ser una concesión.

De esta suerte es como encontramos en el cuadrante o en el selector de nuestro aparato televisor, un manejo informativo sumamente parcial y tendencioso que atenta contra la credibilidad de los medios y contra la inteligencia del público, que por fortuna se ha vuelto más refractario a esta manera de "informar".

Este progresivo cambio en los hábitos de consumo de mensajes radiofónicos y televisivos del público es lo que nos hace ver cómo la participación de tantas Secretarías resulta por demás injustificada pudiéndose resolver con la creación de un sólo organismo que posea perfiles multidisciplinarios que le permitan vigilar de manera lógica y eficiente la aplicación de los marcos legales que en términos de los medios electrónicos de comunicación puedan establecerse ahora y en lo futuro.

No debe tratarse de la creación de una nueva entidad burocrática más dentro de la estructura administrativa federal, sino de un organismo con autonomía propia en donde participen los diversos sectores que conforman la sociedad y que a grandes rasgos podrían ser representantes de los sectores: público (el estado), social e industrial (los medios), con funciones bien definidas que serían desde la AUTORIZACION de frecuencias y canales de radio y televisión, respectivamente, hasta la protección de los ciudadanos que consumen los mensajes que por ambos medios se puedan transmitir, así como la defensa de los derechos que legítimamente puedan tener los concesionarios frente a terceros o el propio Estado, los trabajadores de la industria de la comunicación, etc.

Consideramos que en estos tiempos de una intensa participación de diversas agrupaciones de múltiples órdenes, puede resultar viable una profunda reforma en este terreno en que el poder económico y político tienen gran peso específico al momento de otorgar concesiones. Un ejemplo de cómo la sociedad ha

constituido nuevas formas de rescatar para la sociedad civil ciertos derechos y formas de participación en la política y en las decisiones fundamentales de nuestro país, es la reforma que en 1994 sufrió la codificación en materia electoral, que permitió que el proceso por el que se renovaron las cámaras que forman el Congreso de la Unión y el Poder Ejecutivo Federal, se enriqueciera con la figura de los Consejeros Ciudadanos ante el Consejo General del Instituto Federal Electoral, que imprimió una mayor participación de la ciudadanía en todo el proceso comicial.

De la misma manera, decíamos, podemos esperar que un organismo que esté un tanto desvinculado del Estado, puede resolver cuestiones relativas a las diversas situaciones que en torno a los medios de comunicación electrónica se pueden presentar sobre todo si pensamos en que necesariamente habría una mayor apertura y permeabilidad para que sectores que hasta el momento no han podido acceder al derecho de usufructuar un canal o frecuencia.

Esto resulta particularmente importante si consideramos que gracias a diversos tratados internacionales de carácter comercial y también gracias a la tecnología, es más frecuente la penetración de señales originadas en lugares diferentes al territorio nacional, lo que podría representar —y de hecho se da ya en estos momentos— una forma de penetración.

En la historia reciente de nuestro país, son claros los casos en que nuestra nación se ha visto agredida a través de medios de comunicación extranjeros, que han manejado una información tendenciosa a raíz de sucesos como el caso del asesinato en nuestro país de un agente de la DEA. Este hecho motivo que la televisión norteamericana transmitiera una serie que causó gran polémica en México por el manejo de la información y donde de alguna manera se justificaba el que aquel país pueda constituirse en policía del mundo y a nuestra nación la ensuciaba con un tratamiento informativo denigrante. No quiere decir esto que

no debamos estar abiertos a recibir la imagen que del país se tenga en el ámbito internacional, no. La información objetiva e imparcial siempre será sana para el desarrollo nacional.

Para la directora de la televisora de la Universidad Nacional Autónoma de México, Fátima Fernández Christlieb es urgente que la Ley Federal de Radio y Televisión sea reformada, a decir de ella, particularmente en lo referente a los tiempos del Estado en los medios de comunicación electrónicos de tal suerte que estos espacios se vuelvan más ágiles y en ellos se puedan difundir materiales no comerciales, como los que los trabajadores independientes presentan y han venido presentando en las diversas ediciones de la Bienal de Video.

Son muchas las vertientes de opinión que propugnan porque el estado mexicano se aboque a la reforma sustancial de la legislación en la materia de radio y televisión. Son tan amplias como lo son los puntos que debe abordar y que desde luego la ley en vigor no toca o bien es necesaria la modificación o cambio de sus postulados.

Creemos, sin embargo, que existen dos grandes rubros en los que se debe centrar la discusión en este momento y que son los aspectos sociales y políticos por un lado, y, por el otro, los aspectos de orden técnico, que también tienen su importancia. Empecemos con los primeros:

La democratización de los medios

Karl Popper,⁵ considerado como uno de los pensadores y epistemólogos de más importancia en este siglo — fallecido en 1994 —, hablaba del totalitarismo de la televisión.

⁵ Jalife, Alfredo. Karl Popper. EL NEO-TOTALITARISMO DE LA TELECRACIA. **Unomásuno**, suplemento Página Uno No. 677. México, 25 de septiembre de 1994, p. 14 del suplemento.

Para él, cuatro son los daños que la llamada telecracia ejerce en los públicos y que son:

- 1). Constituye un ambiente violento para los niños;
- 2). Confunde realidad y ficción;
- 3). La guerra de los *ratings*, lejos de mejorar al medio, ha empeorado la calidad de los programas; y,
- 4). Su poder incontrolado es un peligro para la democracia.

A esta problemática el propio Popper propuso las siguientes soluciones:

- a). Constituir un Colegio Profesional de los trabajadores de la televisión;
- b). Proponer un código deontológico para la protección de los niños y del público en general;
- c). Establecer un curso de formación e idoneidad profesional con la entrega de un carnet de acreditación; y,
- d). La institucionalización de un organismo autorizado (un tribunal) para retirar el carnet.

Con estas acciones se pretende atacar el totalitarismo que la televisión tiene en el mundo de hoy, como una derivación indeseable del capitalismo que ha impulsado el fascismo televisivo (telecrático) de Silvio Berlusconi, en Italia; de Ross Perot, en los Estados Unidos de América; y en nuestro país *Televisa*, a través de sus más representativos especímenes: Jacobo y Abraham Zabudovsky y Raúl Velasco.

El imperio subliminal de la televisión y la radio se ejerce a través de la desinformación: el nazismo la explotó, el comunismo marxista-leninista-maoísta también la usó y el consumismo monetarista, símbolo de una gran cantidad de países, la ejerce a través de la tecnología publicitaria. Sin embargo, a decir de

Popper, este ejercicio de la telecracia, del totalitarismo de los medios tiene que ver más con la política que con cuestiones económicas.

A este concepto de la *telecracia* en nuestro país le han dado connotaciones un poco distintas aun y cuando intrínsecamente conlleva lo que con anterioridad hemos señalado.

En muchas naciones no se puede hablar de democracia sin tomar en cuenta a los medios, en especial a la televisión. No se hace política si este medio no está presente y se aprovechan al máximo sus características de incidencia y eficacia en este terreno, la política.

No ocurre esto en México, en donde hacer política a través de los medios, significa el lucimiento personal de los políticos, con declaraciones triunfalistas sin sustento real. El primer intento, que para muchos de nosotros representó un fiasco, fue la aparición en un mismo espacio, en igualdad de condiciones, con igual cantidad de tiempo para exponer sus tesis o postulado y con cobertura nacional, de los tres candidatos a la presidencia de la República. Hecho sin precedentes en la historia nacional que ciertamente hizo abrigar expectativas de que la discusión sería de altura como se podría esperar de tres personas que aspiran a ocupar el máximo puesto político de cualquier país. Muy a pesar de ese ejercicio, el debate político representa una nueva variable en la televisión nacional, que ya busca recurrir a él en razón de elecciones locales para gobernadores o diputados.

Pero lo que Mercedes Charles C.⁶ llama telecracia, muy a la mexicana, no es solamente la aparición de los candidatos a puestos de elección popular, ello no es suficiente. A esto es necesario sumarle una sociedad civil más fuerte, con

⁶ Charles C., Mercedes. La Telecracia. *Fem.* México, Año 18, No. 139, septiembre de 1994, pp. 36-37.

la capacidad de hacerse oír y de exigir una mejor televisión. De esta manera, la democracia va más allá de la exigencia del respeto al voto en el ámbito de la política y, tratando de ir adelante, con la posibilidad de exigir mayor democracia en los sistemas de televisión. Sistemas que en la actualidad han olvidado que tienen una función y responsabilidad social y que ha caído en el olvido porque nadie se los recuerda y porque son pocas las personas que propugnan por una televisión más plural. Para todos nosotros resulta fácil y cómodo accionar el botón de nuestro control remoto y sentirnos relajados y agradecidos por las horas de telenovelas y programas intrascendentes que “gratuitamente” nos ofrece.

Por sus contenidos, la televisión ejerciendo esta *telecracia* de la que se habla, hace olvidar al ciudadano, al hombre común que la televisión es un medio que contribuye a estructurar la conciencia social que tenemos y que puede permitirnos asomarnos a otras realidades y que tiene un potencial educativo y cultural muy amplio.

Para Raymond Williams⁷ la posesión de los medios se reduce a dos situaciones: o están controlados o son libres. En un país republicano, federalista y con aspiraciones democráticas, no puede haber discusión, los medios tienen que ser libres.

Hay quien podría argumentar que esto provocaría, con toda seguridad, productos malos u ofensivos, o que puedan parecer malos u ofensivos a algunas personas, pero la única alternativa es el sistema controlado o el monopolio, en que unos individuos imponen sus gustos.

⁷ Williams, Raymond. *Controversia. Los Medios de Comunicación Social*. España, Ediciones Península, tercera edición, 1978, p. 123.

Dice Williams⁸ que la alternativa se podría encontrar entre el control y la libertad, pero ¿cómo podrían combinarse?

El postula que hay cuatro sistemas básicos en cuanto a la posesión de los medios: *autoritario*, mediante el cual una minoría gobierna a una sociedad, ya que a través de los medios se transmiten las instrucciones, las ideas y las normas de la clase hegemónica. El monopolio de los medios por el estado es parte necesaria en el sistema político; *paternalista*, es una variable del sistema autoritario al tener una conciencia, es decir, tiene unos valores y objetivos que van más allá del mantenimiento de su propio poder. Si el sistema autoritario alega el derecho a gobernar, el paternalista lo que afirma es su *deber* de proteger y guiar. Esto desde luego trae aparejado el control, sólo que éste va dirigido a desarrollar una mayoría dentro de las maneras de pensar deseable a la minoría; allí donde el sistema autoritario emite órdenes, el paternalista maneja valores, costumbres y gustos que lo justifican como minoría gobernante (nasismo puro), lo que puede resultar más grave; *comercial*, este sistema no usa a los medios para gobernar o dirigir. En él se declara que los hombres tienen el derecho de poner en venta cualquier cosa con la misma facilidad con que los puede comprar, declarando, así, que la libertad de la comunicación (y los medios desde luego) queda asegurada. Sin embargo, esa libertad se ve restringida por un elemento que le es conatural: el mercado, que determina qué se produce, cuándo se produce y en qué cantidades se hace. De esta manera la supuesta libertad se enfrenta a obstáculos básicamente de poder económico, generalmente en manos de individuos o grupos, así que la "libertad" queda reducida a que todo puede decirse — hablando de comunicación y los medios —, con la condición de que alguien pueda pagarlo y se pueda sacar beneficio de ello. Aquí el ejemplo inevitable es la industria de los medios de los Estados

⁸ Ibidem, p. 124.

Unidos de América; y, finalmente, *democrático*, y en relación a este sistema, el propio Williams dice:

Comparte con el primitivo sistema comercial una idea de la comunicación que insiste en que todos los hombres tienen el derecho de ofrecer lo que quieren y de obtener lo que eligen. Está en firme oposición al control autoritario de lo que puede decirse, y contra el control paternalista de lo que debería decirse. Pero también es contrario al control comercial de lo que puede decirse con beneficio, porque esto también puede ser una tiranía.

.....

Respecto al derecho de transmitir, el principio básico de la democracia es el de que todos somos miembros plenos de la sociedad, de que todos tenemos derecho de decir lo que queramos o lo que nos parezca. Este derecho no es sólo individual, sino que también es una necesidad social, puesto que la democracia depende de la participación activa y la libre aportación de todos sus miembros. El derecho de recibir es su complementario: es el sentido de la participación y de la discusión común.

Las instituciones necesarias para guardar estas libertades tienen que ser evidentemente del tipo de los servicios públicos, pero es muy importante que la idea del servicio público no se emplee como disfraz de un sistema paternalista o incluso autoritario. Tiene que mantenerse separada la idea de servicio público en el verdadero sentido. El único modo de lograr esto es crear nuevos tipos de instituciones.

.... Es, pues, necesario crear órganos intermedios, incluyendo

*los representativos del público y de las compañías.*⁹

Para tener y poder acceder a una televisión verdaderamente democrática se necesita, por lo menos, que los contenidos programáticos muestren y sean el reflejo de la diversidad de culturas, de pensamiento y de formas de vivir que cohabitan en este México. La verdadera *telecracia* de la que hablábamos — si queremos seguir usando el término —, será aquella que exponga los intereses y responda a las necesidades de los hombres y las mujeres, del campesino, de los indígenas, de obreros y desempleados, y ya no sólo de los que tienen y ejercen el poder político y económico.

Desde hace algunos años, los medios electrónicos de comunicación en el mundo han abierto sus espacios para la discusión de temas de la vida de las naciones y su acontecer político y social. La influencia de los medios y su importancia, dada su presencia en todos los ámbitos sociales, han influido para que los actores políticos de muchos países exploten el potencial indiscutible que los medios tienen, sobre todo la televisión.

En los Estados Unidos de América, el electorado ha sido testigo, como si fuera un partido de béisbol, del desarrollo de los procesos electorales; en Brasil, ha sido tema de análisis el ascenso y caída del ex presidente Fernando Collor de Melo, gracias a la influencia de los medios de comunicación; los ejemplos podrían ser muchos. En este sentido, en nuestro país, los medios ciertamente han participado de la política nacional. Hay que recordar que uno de los eventos que inauguraron la televisión en México fue justamente el informe que el titular del Poder Ejecutivo rindió a la nación, ante el pleno del Congreso de la Unión, en 1950 del entonces presidente de la república licenciado Miguel Alemán Valdés, práctica que continúa hasta nuestros días.

⁹ Ibidem, pp. 128-130.

En esta misma orientación, cabe destacar la participación de los partidos políticos en la transmisión de sus mensajes a través de la radio y la televisión, generalmente en el tiempo del Estado, mediante la emisión de la serie televisiva y radiofónica titulada "*Partidos Políticos*".

Fue a partir de 1973 que en la *Ley Federal Electoral* se estableció un capítulo especial de prerrogativas de los partidos políticos, que incluía el acceso a la radio y la televisión. Más recientemente, en los códigos electorales de 1987 y 1990, este mismo capítulo se mantuvo, incrementando substancialmente lo referente al acceso a medios de comunicación, así como al trato preferencial de la propaganda partidista en ellos.

El *Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales* vigente, delimita en el Título Tercero, Capítulo primero, las prerrogativas en materia de radio y televisión para los partidos políticos legalmente registrados, destacando el artículo 44 que a la letra dice:

"Artículo 44.1. Del tiempo total que le corresponde al Estado en las frecuencias de radio y en los canales de televisión, cada partido político disfrutará de 15 minutos mensuales en cada uno de estos medios de comunicación.

2. La duración de las transmisiones será incrementada en períodos electorales, para cada partido político, en forma proporcional a su fuerza electoral.

3. Los partidos políticos utilizarán, por lo menos, la mitad del tiempo que les corresponda durante los procesos electorales para difundir el contenido de sus plataformas electorales.

4. Sin perjuicio de lo anterior, a solicitud de los partidos políticos podrán transmitirse programas de cobertura

regional. Estos programas no excederán de la mitad del tiempo asignado a cada partido para sus programas de cobertura nacional y se transmitirán además de éstos.

5. Los partidos políticos tendrán derecho, además del tiempo regular mensual a que se refiere el párrafo 1 de este artículo, a participar conjuntamente en un programa especial que establecerá y coordinará la Dirección Ejecutiva de Prerrogativas y Partidos Políticos, para ser transmitido por radio y televisión dos veces al mes.”¹⁰

Sobresale en el contenido de este artículo el tiempo que el Estado concede a los diversos partidos políticos de 15 minutos mensuales que, a decir de los propios partidos, resulta insuficiente para difundir sus propuestas, ideologías, plataformas electorales y su pensamiento frente a los problemas de la vida nacional. Destaca también la diferenciación que se hace entre los partidos, en el sentido de que será su fuerza político-electoral la que pueda otorgar mayor tiempo en los medios, en períodos electorales, lo que ciertamente ha sido causa de un sinnúmero de críticas que demandan una mayor equidad en cuanto a la presencia de los partidos en los medios electrónicos de comunicación, se demanda pues mayores niveles de democratización de los medios en su trato con las organizaciones políticas nacionales.

En este capítulo también se habla de que los partidos podrán contratar servicios en la radio y la televisión para difundir sus mensajes, manteniendo preferencias que de manera directa benefician a algunos partidos políticos mientras que a otros los margina.

También relacionado con los medios electrónicos de comunicación, está la

¹⁰ Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. Cuadernos de Derecho. Vol. II, No. 2, junio de 1994, Morelia, Mich. pp. 10-11.

demanda que hacen por un lado los partidos políticos de oposición y por la otra la sociedad en su conjunto. Ambos, demandan de los medios un trato igual en cuanto a la cobertura de las diversas campañas electorales en los noticieros de radio y televisión. Ha sido patente la inclinación de los medios a cubrir de una manera más sistematizada y con mayor tiempo en el “aire”, las campañas de los partidos Revolucionario Institucional, Acción Nacional y de la Revolución Democrática, en ese orden, cubriendo, aún menos a los otros partidos que conforman el abanico electoral. Esto, desde luego, tiene que cambiar. El tránsito a estadios de una democracia verdadera, conlleva la lucha por el poder de una manera más justa, más equilibrada y su sustento debe ser la ley, pero una ley que sin exclusivismos o canonjías adicionales establezca una contienda en igualdad de circunstancias y en este sentido es la Ley Federal de Radio y Televisión la que, en su ámbito de competencia debe propugnar porque esto cambie.

Una de las novedades en el proceso electoral de 1994, ya comentado, fue el multipublicitado debate entre los candidatos de los tres partidos que cuentan con un mayor peso específico — a decir de los propios partidos — a través de la televisión mexicana. Este evento, ciertamente aglutinante, demostró que es posible la convivencia de los diversos pensamientos partidistas y su confrontación, y demostró, además, que son los medios de comunicación como los que nos ocupan, los que pueden ser un verdadero escaparate para el electorado.

Se acepta como cierto que en algunos medios su línea informativa y sus contenidos en materia política es la simulación y la complicidad, haciendo de su desempeño un juego de seducción con el poder público — y aun privado —. Difícilmente puede decirse que estas tendencias vayan a desaparecer del todo, pero sí, al igual que los partidos políticos, los medios no han podido escapar del todo, por fortuna, a las presiones sociales que empujan hacia el cambio. Las

mutaciones y la multiplicación de los espacios informativos han estado a la orden del día y la credibilidad se ha convertido en uno de los recursos más preciados para los medios. Esta credibilidad que se sustenta en una sana distancia con el poder y en la profesionalización de sus cuadros es, todavía, algo a lo que aspiramos quienes queremos desarrollarnos laboral y profesionalmente en los medios de comunicación. Creemos que será un marco legal nuevo y novedoso el que pueda brindar esas posibilidades de cambio en la relación del estado con los medios en que el miedo a la pérdida de concesiones — por citar un ejemplo — condiciona que actos sumisos hagan su aparición en este vínculo que puede ser todo lo ético y respetuoso en ambos sentidos, y que hasta este momento no lo es, insistimos.

Desde el punto de vista social, el desempeño de los diferentes medios de comunicación muestra una gran desigualdad. Como ejemplo, podemos citar a la televisión que, a pesar de ser el espacio o medio informativo más “socorrido” por las audiencias, ha sido el más cerrado a la diversidad y a la creatividad política. Como lo mencionábamos, ha sido la televisión un coto cerrado y ajeno a las manifestaciones políticas no oficiales. Es verdad que las presiones de las que hablábamos han hecho mella en los medios, pero no han podido romper “el cascarón” que permita eclosionar a unos medios que cumplan con la función que la sociedad demanda de ellos.

Es incomprensible que los mexicanos a estas alturas otorguemos mayor credibilidad a un noticiero hecho y transmitido desde el extranjero, que a los de manufactura doméstica. Las relaciones de complicidad entre los medios y el poder público, al igual que el sistema político en su conjunto, viven un momento de transición. La adulación tanto como la descalificación infundada y *a priori* es perceptible en muchos medios de comunicación, incluidos desde luego la radio y la televisión. Debemos construir un esquema legal que permita la separación, tal como debe de ser, de los medios y el Estado. Estamos convencidos de que

cuando los medios no se rindan al poder, y tampoco asuman el papel de “francotiradores” que ataquen todo, se podrá consolidar una corriente de información en el país, realmente profesional en beneficio de la sociedad mexicana.

El llamado “cuarto poder” debe asumir un nuevo compromiso con el gremio y con la sociedad. Ante ella, debe ser un catalizador de insatisfacciones sociales, de demandas, de denuncias. Los medios, según se dice, han nacido para defender a la sociedad de los abusos del poder público, sin embargo, para los medios la sociedad es sólo un espectador que ve el “juego de pelota” entre éstos y el Estado, repetimos. Ciertamente la prensa, la radio, la televisión, etc., no carecen de intereses propios y utilizan su fuerza para defenderlos y alcanzarlos. La claridad que los medios demandan de los actores políticos y sociales no se refleja en ellos mismos. Los lectores, escuchas y televidentes, en este sentido, son sólo agentes pasivos dentro del proceso de comunicación masiva, por ello insistimos en que la actualización y modificación del marco legal en términos del derecho a la información, es necesario en este momento, de tal suerte que se rompan ataduras y dependencia que han demostrado ser negativas para un país que aspira a ser cada vez más democrático.

Los frutos de la tecnología en los medios de comunicación

Para la legislación vigente en materia de radio y televisión ha pasado de largo el amplio desarrollo que la tecnología ha tenido a lo largo de más de tres décadas.

Un primer punto que nos gustaría discutir es el relativo a la televisión por cable, que si bien en cierto momento ha merecido la atención del legislador, no entendemos en virtud de qué queda fuera del marco general que regula lo relativo a la radio y la televisión, esto es la ley en comento.

Es este avance tecnológico y no otro el que demuestra cómo nuestra legislación ha sido rebasada, con mucho, por novedosos sistemas para difundir los mensajes a los radio y telerreceptores. Con la aparición de este sistema, el público tuvo acceso a un nuevo concepto de televisión de paga que ofrecía numerosas bondades y del que hoy en día podemos esgrimir un sin fin de argumentaciones en su contra por las características que viene tomando (el pago por evento, etc.) y que en su momento podremos comentar.

Aunque la técnica en cuanto a la recepción es diferente, en relación con el sistema primero y tradicional, la finalidad es la misma: difundir información y en ello reside la importancia de ser regulada de manera genérica en la normatividad y no como algo distinto. Lo contrario nos llevaría a pretender que el legislador emitiera cuerpos legales sobre los más variados tópicos, sin atender a una generalidad que puede sustentar un conjunto de fenómenos de la comunicación que son afines entre sí en varios sentidos, siendo el más importante el hecho de que son vehículos por medio de los cuales la sociedad mexicana pueda encontrar información —tal como la demanda de veraz, objetiva, plural, oportuna, etc.— a la vez de que puede ser la vía para la manifestación de injusticias, reclamos de democracia y justicia, entre otros aspectos, que en la actualidad cobran más fuerza ante los concesionarios de radio y televisión y que apenas empieza a permear el cúmulo de barreras que los usufructuarios de los medios han puesto.

A partir de la puesta en marcha del sistema de satélites Morelos, la radio y la televisión en nuestro país adquieren otro *estatus*. Si bien es cierto que ya algunas empresas hacían uso de este recurso tecnológico, ciertamente los satélites mexicanos marcan otro rumbo en términos económicos, políticos y aún sociales dentro del contexto de las comunicaciones y de la creación de la infraestructura en este terreno.

En sus inicios, el sistema de satélites mexicanos pareció responder esencialmente a las necesidades de la conducción de señales del consorcio de la televisión privada (Televisa), a la que se creía sería la única beneficiada y que el gobierno no tenía un proyecto claro sobre el asunto.

Hoy día sabemos de los usos que vienen teniendo los satélites Morelos I y II (en su momento) y los satélites *Solidaridad* que fueron puestos en marcha en el sexenio presidencial salinista. Vemos que, si bien es cierto obedecen a un móvil con tintes políticos de importancia, en la práctica han venido a resolver algunos problemas de transmisión de señales de radio y de televisión (entre otros usos).

Esto, frente a la legislación vigente en la materia, tiene una importancia fundamental si tomamos en cuenta que de una radio y televisión concebida para su difusión condicionada al uso de sistemas domésticos de recepción "*por aire*", entramos al uso de la recepción vía satélite que por sí tiene implicaciones culturales, sociales, económicas y políticas de importancia.

No es motivo de este estudio analizar a profundidad los aspectos sociológicos del fenómeno de la "*parabolización*" de las azoteas no sólo de la ciudad sino del área rural. Esto es un hecho. La idea de la *aldea global* de McLuhan es en este momento una realidad gracias a los satélites de comunicaciones y a las llamadas *Autopistas de la Información* que ya se anuncian.

La televisión y la radio vía satélite, creemos que no ha sido materia de una revisión a profundidad en nuestra legislación que tutela la comunicación social. Ciertamente este no es el momento de enfrentar el reto de incluirlo en nuestro marco jurídico. No, como en otras cosas, su momento fue ayer, y hoy, aunque llegamos tarde, debemos propugnar porque se legisle de manera pronta.

Es el momento en el que debemos enfrentar el fenómeno de las señales (vía

satélite) originadas en otros lugares del mundo diferentes de nuestro país y que bañan el territorio mexicano muchas veces con contenidos ofensivos para el pueblo o para las instituciones de la república.

Los contenidos de orden sexual (calificados de pornográficos), religiosos, políticos y de otra índole están al alcance de la mano de cualquiera que pueda tener acceso a la recepción por satélite y esto debe ser materia de regulación sin perjuicio de los convenios internacionales que en este mismo sentido pueda suscribir nuestro país.

Pero los avances tecnológicos no se circunscriben solamente a la televisión por cable y satélite. No. Va más allá. En este momento del desarrollo tecnológico de los medios de comunicación, nos encontramos con sistemas de radio y televisión restringida en la que el público puede suscribirse a ser usuario de un complejo sistema en el que puede acceder ya no sólo a canales, sino a productos de comunicación especiales denominados *pago por evento* (ppv, por sus siglas en inglés), en los que el usuario del servicio puede *conectarse* a una red desde su hogar a través de su control remoto y pagar posteriormente. Tal vez no esté lejano el día en que el servicio de televisión y radio se facture al consumidor por minuto, como si fuera una llamada telefónica. El hecho de que mencionemos esta posibilidad real, no es la de parecer futuristas sino que el comentario apunta a que nuestras leyes deben ir a la vanguardia explorando todas las posibilidades tecnológicas que tienen que ver con la comunicación y los medios por los cuales se realiza.

Entonces, creemos prudente que el legislador abunde en estas materias y reglamente en consecuencia.

Hoy también se habla de *televisión restringida por aire*, *televisión interactiva*, *radio digital*, etc., medios o modos de comunicación colectiva de los que si bien es cierto aun no hay acuerdos internacionales en la materia — mucho menos en

lo interno a nivel nacional— son tendencias que indudablemente irán ganando terreno y pronto serán un hecho dentro de las alternativas al momento de seleccionar un canal de televisión o una frecuencia de radio.

Las frecuencias en las que tradicionalmente se han venido destinando los muy variados servicios de transmisión (banda civil, radio comercial, televisión comercial, frecuencias destinadas para el uso del ejército, etc.) se están modificando en la medida que la tecnología se hace más accesible a público. Como ejemplo, tenemos la televisión en la banda de ultra alta frecuencia, tan olvidada en nuestro país por mucho tiempo.

Por otro lado el grupo de frecuencias IFTS (Instructional Fixed Television Service), que daba servicio exclusivo a la comunidad universitaria en los Estados Unidos, ha derivado en el sistema MMDS (Multipoint Multichannel Distribution System — antes MDS, Multipoint Distribution System—), que utiliza, por primera vez las microondas, no como medio de enlace entre dos puntos, sino *de punto a multipunto*. Esto es lo que se empieza a manejar como televisión restringida por aire, aunque no es la única.¹¹

Tenemos, por otro lado, la compresión digital que permite la transmisión de hasta diez canales de televisión en el ancho de banda que ocupa una sola señal.

Por último queremos mencionar lo que se ha dado en llamar televisión interactiva, que si bien está bastante desarrollada, no es —por lo menos en nuestro país— todavía de uso común para los empresarios y el público.

Tratando de resumir un tanto en el sentido de los avances tecnológicos que de 1960 — año de publicación de nuestra Ley en comento— a estos tiempos,

¹¹ Vargas Guajardo, Adrián. "Están las Condiciones para Generar su Demanda": TELEVISION RESTRINGIDA POR AIRE. *Excélsior*. México, 3 de octubre de 1994, sección F, p. 5.

vale la pena hacer nuestros los comentarios de Fernando Mejía Barquera y Patricia Villalba en cuanto dicen que *la importancia de las telecomunicaciones para el futuro del país es inobjetable. Precisamente por ello, las decisiones sobre la forma en que ha de administrarse este recurso debería ser objeto de un gran debate nacional en el que participaran las fuerzas sociales y políticas fundamentales del país. Las decisiones básicas sobre la materia deberían, en consecuencia, ser tomadas en la institución nacional en donde esas fuerzas tienen representación: el Congreso de la Unión.*¹²

La influencia de los medios en la sociedad

Durante muchos años el funcionamiento de la radio y teledifusión ha venido creando una imagen un tanto limitada de lo que en términos reales pueden representar estos medios de comunicación.

Son muchos y de muy diversa índole los trabajos de investigación que se han publicado sobre la influencia que la radio y la televisión ejercen sobre el público.

Para la mayoría de la población, e incluso para algunas personas que se desarrollan profesional y laboralmente en los medios de comunicación electrónica, la radio y la televisión han sido conceptualizados como de mera distracción. Somos conscientes de que nos proporcionan algunas noticias, pero en lo general lo que esperamos encontrar es la emisión de canciones, música, piezas dramáticas (radionovelas), en el caso de la radio y productos similares dentro de las transmisiones televisivas, amén de otros espacios que nos sirven básicamente de distracción.

Desde el punto de vista social, ha sido difícil cambiar este concepto que se

¹² Mejía Barquera, Fernando y Villalba, Patricia. Satélites Morelos: balance y perspectivas. *Revista Mexicana de Comunicación*. México, Año I, No. 4, marzo-abril de 1989, pp. 37-41.

tiene de los medios de comunicación electrónica. Aún no los entendemos como un instrumento de transmisión de contenidos que vayan más allá de esta función limitada de divertir, de entretener. No entendemos — y por lo tanto no hacemos uso del potencial de los medios— que los mensajes pueden ir más allá, hasta niveles que tienen que ver con la educación —entendido el término en su más amplia acepción— y aún con aspectos tan concretos como la alfabetización de la población, como ha ocurrido en muchos países. Por otra parte, la industria, partiendo de la idea de la globalización de los medios, tiene esta misma tendencia y destina una gran cantidad de recursos materiales —de infraestructura—, tecnológicos, humanos pero sobre todo económicos, a la industria del “entretenimiento”, dejando en segundo nivel otros aspectos potenciales a explotar, e importándole poco la población receptora.

Para Umberto Eco, el problema de la educación actual debe ser el de “enseñar a elegir entre tanta información. Un niño debe saber que basta con una hora de televisión para ver todo lo que es necesario y todo lo que la televisión tiene para ofrecer y también cuáles son los 10 libros que importa leer entre 100 que hablan de lo mismo”. Para el autor de *El nombre de la rosa*, debe preocuparnos la creciente “insensibilidad” que provoca en el público la televisión y que asiste a la realidad como a un espectáculo y pone como ejemplo la situación de Sarajevo en junio de 1994, diciendo “todos sabemos lo que pasa ahí pero nadie hace nada para evitarlo”. Así pues, asegura el investigador, la televisión estimula a una sociedad de mirones, de impotentes, que miran cada vez más fútbol y lo juegan cada vez menos.¹³

Siendo un tanto analíticos podemos darnos cuenta que este último planteamiento citado, encierra algo más de fondo. Sin temor a equivocarnos

¹³ Ares, Carlos. Umberto Eco: “La televisión estimula una sociedad de impotentes y mirones”. *El País*. Edición México. (suplemento *La Cultura*), 25 de junio de 1994. p. 26.

podemos concluir que para Eco, la influencia de la televisión en particular, provoca en el auditorio la paulatina perdida de la voluntad y la iniciativa de pensar por uno mismo. Los medios imponen sus reglas en las que tarde o temprano caemos.

A través de los medios, y con la ayuda de la mercadotecnia, estamos propiciando —ya desde edades muy tempranas— un consumismo exacerbado que paralelamente plantea cuestiones un tanto dramáticas en la población y que tienen que ver con una lucha de clases que se desarrolla muy en lo interno de la propia sociedad. Gracias a la televisión y la radio principal —pero no únicamente—, se ha establecido entre los infantes una guerra por demás absurda en la que el principal elemento de combate es la posesión de tal o cual personaje de la televisión (*El rey León, Los Caballeros del Zodiaco, Los Picapiedra, Los Simpson, etc.*), lo que les confiere *estatus* ante sus compañeros y amigos, presentándose una situación similar y muy ligado a lo anterior, la adquisición de artículos importados. El *madeinchismo infantil*, como lo califica el sociólogo Jesús Castillo, se debe en el 99% a los medios masivos de comunicación y, sobre todo, a la televisión.¹⁴

Veamos otros ejemplos, tomando como punto de partida algunos de los productos típicos de estos medios en nuestro país:

Las radio y telenovelas, ciertamente son de los géneros —en uno y otro medio—, de más penetración no sólo en nuestro país sino en buena parte del planeta. En nuestros tiempos, la televisión y la radio reemplazaron como medio de entretenimiento casero a la antigua novela, y ahora la telenovela es para la *mass media* de nuestro siglo, lo que la novela por entregas fue para la burguesía del siglo pasado.

¹⁴ Citado por El Financiero. Plasman a sus personajes favoritos en artículos escolares. Propician el Consumismo en los Niños. México D.F., 8 de septiembre de 1994, p. 38.

Se asegura que la primera manifestación del género – de los géneros –, en América fue la “*soap ópera*”, originada en los Estados Unidos por los años veinte, en seriales radiales diurnos. Más tarde, la novela radial dio paso a la novela por televisión, transmitida en horas de la tarde.

Por supuesto hay defensores de esta manifestación “cultural” de los medios. Delia Fiallo, escritora de este género, opina que “al final de un impresionante cúmulo de críticas, ataques, discusiones, análisis y estudios acerca de este género que tan rápidamente se arraigó en el gusto popular, se ha llegado a la conclusión de que precisamente una de las razones del poder de penetración de la telenovela es su capacidad para reflejar, más o menos acertadamente, una realidad cotidiana”, y agrega – dos citas más – :

1. – “En la creación televisiva hay un intento del emisor para influir sobre el receptor y es necesario que éste perciba la existencia del mensaje para que resulte efectivo. El mensaje se da con una fuerte carga emocional; es lo que se llama un discurso *phático*, que aspira a llegar, a mantener contacto con el espectador.

“...la telenovela ha arrastrado su mala reputación por su deliberada intención de conmover hasta las lágrimas. Y las lágrimas se van haciendo ridículas ante el avance de una sociedad mecanizada, fuerte y reprimida, que más bien busca desahogarse por los caminos de la violencia”.¹⁵

2. – “...El enamorarse, la posesión del objeto amado, el desarrollo de los vínculos de carácter sexual de la pareja. Las carencias afectivas de los humanos en esta sociedad en

¹⁵ Fiallo, Delia. Vida y Pasión de la Telenovela II. *El Financiero*. México, D.F., 9 de septiembre de 1994, p. 57.

que vivimos, donde hay menos tiempo para el amor que para el trabajo, la competencia y la acumulación de bienes materiales, hacen que se produzca una identificación con los personajes que exaltan el amor, para así realizar en la fantasía de una telenovela, la intención del amor y el sexo frustrados en la vida real".¹⁶

Estas tres citas creo que nos dan una gran cantidad de información acerca de los resortes de las telenovelas, en una primera instancia y de los productos de comunicación de esta naturaleza para la radio.

Bajo estos esquemas expresados por una escritora de telenovelas es que debemos esperar que se construya nuestra sociedad. Ya no es el estudio, el trabajo responsable, la productividad, la investigación científica y tecnológica, por medio de la cual el grupo social al que pertenecemos —y que en conjunto es la nación mexicana— puede y debe desarrollarse. Nuestra realidad como nación, a decir de Fiallo, es la traición, el engaño, el milagro, la suerte, etc., que son los temas recurrentes en las telenovelas.

Aceptar, y decirlo además, que hay una intención de influir en el espectador resulta una osadía. Resulta peligroso, además, considerar al género como "puro negocio empresarial", pues con estas palabras se está desnudando y poniendo en su sitio la intención oculta de los productores. No resulta cierto el tratar de reflejar en la pantalla la vida cotidiana, como lo afirma la multicitada Delia Fiallo, en un lapsus está aceptando el objetivo puramente mercantilista y monetario del asunto, lo demás no importa.

Ahora, en relación a la cita marcada con el número dos, resulta insultante la pretensión de querer reprimir la manifestación de la sexualidad y todo lo que

¹⁶ Ibidem.

tiene que ver con la relación de pareja a través de la televisión. El amor y el sexo frustrados en la vida real, dice la fuente, hay que compensarlo con la fantasía. Así, los consumidores de telenovelas, gracias a la televisión, podrán tener “episodios” – para usar un término propio del género – amorosos con el actor o actriz de moda. A esto la psicología le da un nombre y no precisamente por ser característico de buena salud mental.

Ejemplos como “*Dos mujeres, un camino*”, que plantea y hasta en determinado momento justifica la infidelidad basada en la atracción carnal, deben ser motivo de alarma. No es que propugnemos porque se haga una radio y una televisión que podría calificarse por algún sector de la sociedad como “mojigata”. Tampoco pretendemos constituirnos en la “Liga de la decencia”. Lo que se trata es de considerar los modelos que la juventud adopta en una sociedad que se rige por leyes comerciales, civiles, penales, etc.

Nuestros hábitos culturales en relación con la radio deben cambiar en un sentido casi radical. Pensar en la función social del medio nos debe obligar a pensar en una estructura diferente si no en términos de su organización interna, pues puede no ser trascendente, sí en términos del diseño de contenidos, establecimiento de políticas de comunicación, etc. Solamente con una visión más abierta y amplia, podrá la radio ser un medio con una función social cabal y efectiva en donde:

- 1.- Los mensajes que se transmiten por el medio sean el reflejo de una sociedad compleja desde el punto de vista político, económico y cultural, por citar sólo algunos aspectos.
- 2.- Las formas de producción dejen de ser “primitivas” o poco propositivas y se transformen los esquemas y los formatos: locutor-canción, comercial, así como el mejoramiento en el uso del lenguaje radiofónico.

- 3.- La información noticiosa y de opinión deje de ser unilateral o con una apertura sólo aparente.
- 4.- En términos de la música se pueda incursionar en otros terrenos que no sean los que obedecen a criterios meramente comerciales.

La realidad social de nuestro país no se refleja en la radio de una manera patente. Ciertamente algunas estaciones radiodifusoras han comenzado a entender el sentido que la sociedad espera no sólo de la radio sino de los otros medios electrónicos —y aún de los impresos—, y han emprendido, con cierta timidez, una reestructuración de su imagen y por ende de sus contenidos programáticos.

Dentro de este renglón debemos destacar la gran carga de mensajes comerciales que se transmiten a través de las distintas emisiones. Resulta insultante cómo se maneja el tiempo de publicidad con que los programadores saturan las transmisiones y destruyen productos como los cinematográficos en que está conceptualizado para verse sin interrupciones a diferencia de los seriales televisivos.

Por otra parte están los propios contenidos de los anuncios comerciales que básicamente están estableciendo una identificación con el famoso estilo de vida norteamericano, el *american way of life*, al imponer prendas de vestir, alimentos, bebidas, música, etc., y no solamente en el espíritu consumista sino que esa penetración va más allá y se identifica con maneras de comportamiento muy ajenas a la idiosincrasia nacional.

Entonces, debemos pretender que nuestra legislación, si bien pueda regular lo relacionado a los aspectos del otorgamiento de las concesiones y en quienes las detenten, también lo haga en el terreno de los contenidos. No podemos conformarnos con los aspectos meramente técnicos, que repetimos son

importantes, sino que tenemos la necesidad y la obligación de ir al trasfondo de la comunicación, los lazos que se establecen a través de los *canales* —los medios— vía los mensajes propiamente.

Debemos tener en mente, en el momento de regular, de reglamentar, que detrás de los medios en estos momentos se encuentran quienes tienen la posibilidad de manejarlos, de emplearlos, de usarlos —y en buena medida de abusar de ellos—, de ahí pues que es imperativo tomar en cuenta la profesionalización de los medios en función de los contenidos, en función de lo que se comunica.

En esta misma línea, vale la pena detenernos en un punto que ha sido siempre cuestionado ¿quienes tienen la autoridad para establecer lo que se consigna en nuestra propia Constitución Política Federal y que se relaciona con la moral y las buenas costumbres?

Para muchos miembros de nuestra sociedad resulta cuestionable la necesidad de definir estos criterios de conducta dentro de los medios. Dice la norma máxima en su artículo 6o. “la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral...” y más adelante, en el artículo 7o. se establece que la libertad de escribir y publicar escritos no tiene más límite que el respeto a la *vida privada, a la moral y a la paz pública*. Bajo estas consideraciones se han esgrimido una gran cantidad de opiniones que han llegado a confundir la *vida privada* y el derecho que todos tenemos de ejercerla, con lo que se entiende por moral.

La moral es única y nace de la naturaleza. No podemos entender que haya una moral para una persona o para un grupo de ellas y otra moral para otros grupos. No. Ciertamente todos tenemos una concepción de lo que es el bien y el mal, que de alguna manera va muy ligado a lo moral. En este sentido podemos entender que la comunicación debe adoptar reglas morales. No puritanas o

apegadas a determinada religión — esto está muy separado de tal cuestión —, sino que debe tener una fundamentación deontológica, esto es con deberes y derechos.

Si hablamos de que una de las funciones sociales de la radio es ser el reflejo de nuestra vida nacional, encontraremos que una de los problemas que enfrentan los medios en general y la radio en lo particular, es el de orden político que se tiene que vencer. En este sentido, la radio debe constituirse en un espacio en que la sociedad pueda convertirse en interlocutor con las corrientes políticas y las fuerzas del poder público, canalizando las posiciones encontradas que coexisten en la propia sociedad.

Esta demanda social podrá hacerse efectiva en el momento en que la “industria de la conciencia”, es decir los medios de comunicación — incluida la radio — haga visibles a los protagonistas (la sociedad) y ésta tenga la capacidad de reconocerse e identificarse; otorgue, o la sociedad conquiste, espacios democráticos en los medios oficiales y privados a nivel local, regional y nacional; y, finalmente, que el poder público haga accesible a la sociedad organizada medios de comunicación independientes a su servicio. Esto último tiene como premisa la necesidad de replantear el concepto de comunicación social a nivel global.

Si bien todos sabemos que la función social de los medios de comunicación es similar entre ellos, frente a otros medios, la radio y la televisión revisten una muy especial importancia ya que, debido a sus características puede afirmarse que son los de mayor penetración — aún más la radio —.

Se cuentan por cientos los trabajos de investigación que presentan a la televisión como el medio de comunicación omnipresente, respaldando su dicho con numerosas fotografías que muestran una “selva” de antenas saliendo de techumbres de todos tipos. En general estos artículos tratan de demostrar que

es la televisión la que ha podido llegar a todos los rincones de la tierra. La tecnología de hoy permite a la radio compartir con la televisión la "omnipresencia".

A través de los años son notables las personalidades que se han servido de la radio para transmitir sus mensajes y su pensamiento: Martín Luis Guzmán, José Vasconcelos, Antonio Caso, Carlos Pellicer, etcétera, nombres de peso en la vida cultural de nuestro pueblo pero que no son ni han sido una constante.

Para una sociedad como la nuestra en donde hay grandes diferencias ideológicas, políticas y económicas, principalmente, es importante el conocimiento de quiénes, en la actualidad, están diseñando los contenidos que la radio transmite a nivel nacional, regional y local. Se habla de que en 1989 había instaladas en la República algo así como 928¹⁷ estaciones de las cuales 37 pertenecían al estado de Michoacán.

Como profesionales de la comunicación tenemos una preocupación que está vinculada con uno de los aspectos del proceso de comunicación y que se centra en los contenidos, en la programación. El vínculo indisoluble que existe entre el autor y el mensaje es lo que como trabajadores de la radio nos motiva a la realización de este acercamiento a la legislación en la materia.

No pretendemos con lo anteriormente manifestado que los contenidos televisivos y radiofónicos estén diseñados en función de programas académicos o que tengan esencialmente un carácter formativo, no, esa es función de las escuelas y universidades del país. Sin embargo, sí creemos que en la medida que la sociedad sea más crítica acerca de los mensajes que recibe a través de los medios, se estará contribuyendo a la formación de un público que sea un

¹⁷ Velasco Ugalde, Enrique (citado por José Luis Gutiérrez Espíndola) Urge un debate nacional. Las concesiones que vencen en 1989. *Revista Mexicana de Comunicación*. México, Año uno, número 4, marzo-abril de 1989, p. 11-12.

verdadero interlocutor, no sólo con los medios, sino entre la sociedad civil misma y entre las instancias gubernamentales.

Pensar en perpetuar los actuales esquemas de comunicación o de contenidos programáticos, es aceptar el actual estado de cosas en donde prevalece la desinformación, la manipulación de los hechos cotidianos en perjuicio de la historia y del desarrollo mismo de los mexicanos.

El reto es llegar a estructurar nuevos contenidos propositivos en los que se vea reflejado, por un lado, el avance de la técnica, la ciencia, la economía, la agricultura, etc., y por el otro, pueda seguir cumpliendo el papel —repetimos que no es malo *per se*— de entretener, divertir, distraer, etc., pero con matices más elevados.

La religión en los medios y su influencia en la sociedad

En el año de 1992, la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos sufrió una importante transformación en sus artículos 3o. y 130 en lo relativo a la iglesia. Con dicha reforma se dio marcha atrás en la constitución de un Estado en el que, desde mediados del siglo pasado, se había establecido claramente la separación de éste con la iglesia.

Se dijo en su momento que con la modificación a los citados artículos se pretendía poner en orden una situación que se daba en los hechos aún contraviniendo la ley en vigor en aquel momento. Es decir, que a pesar de la prohibición para que la iglesia participara en política, tuviera más bienes de los necesarios para el servicio, su intromisión en los renglones de la educación, etc., esto se daba, por lo que el presidente de la república, Carlos Salinas de Gortari, tirando por la borda todo un capital político e histórico, cambia casi de manera radical la situación y el día de hoy vemos cómo el clero es actor político a quien se pide opinión o quien opina sobre los más variados temas de la vida nacional.

Y no es que el ser miembro de una religión determinada les impida tener sus puntos de vista sobre lo que acontece en México y el mundo. No. Solamente que cuando ya se transforman o quieren convertirse en líderes de opinión la situación cambia. Debemos recordar lo que la propia Constitución Política de los Estados Unidos asienta en el artículo 130, inciso e) que dice:

“Los ministros (religiosos) no podrán asociarse con fines políticos ni realizar proselitismo a favor o en contra de candidato, partido o asociación política alguna. Tampoco podrán en reunión pública, en actos del culto o de propaganda religiosa, ni en publicaciones de carácter religioso, oponerse a las leyes del país o a sus instituciones, ni agraviar, de cualquier forma, los símbolos patrios”.

No es el objetivo de este trabajo el hacer una revisión de la situación jurídica actual de las iglesias en nuestro país, sin embargo, dentro del terreno que nos ocupa sí se dan situaciones por demás trascendentes que hay que retomar y poner en la mesa de la discusión.

Uno de los grandes logros desde mediados del siglo pasado y refortificado por Francisco J. Múgica en la Constitución de Querétaro, es la laicidad de la educación: la doctrina religiosa — cualquiera que esta sea — debe estar fuera de los centros educativos; ahora nosotros decimos que al igual que en la escuela, debemos propugnar por una radio y una televisión “laica”.

Puntualicemos. No es que estemos en contra de la religión o de los religiosos. La libertad de creencias que consagra el artículo 24 de nuestra Carta Magna también es un gran logro. En lo que no podemos estar de acuerdo es en que la doctrina traspase el ámbito del hogar y de los recintos que están exprefeso para ello. La manifestación de la religiosidad compete o debe competir al individuo en lo particular. Creemos que todos estaremos de acuerdo en que aún

en la misa —hablando por el catolicismo—, la manifestación del espíritu religioso es personal, la oración colectiva en un templo obedece a impulsos muy personales y esta es la situación que debe prevalecer.

La historia ha sido testigo de la actuación de las iglesias. Se dice: “Hidalgo era cura, Morelos, era sacerdote y se les tienen altares cívicos”, cierto. Samuel Ruiz en Chiapas es miembro de la iglesia católica y buena parte de la sociedad duda de que sus intereses estén limitados a la intermediación en el conflicto entre el gobierno de la República y el ejército Zapatista.

Los ejemplos de cómo las sectas y religiones pueden influir de manera negativa en el individuo son muy numerosas: Brasil, con los “niños de Dios”; David Koresh, en Waco, Texas, USA; en México son también múltiples los ejemplos de cómo el fanatismo religioso se convierte en una manifestación incontrolable —o deberíamos decir más bien “muy controlada”— en la que los individuos pierden ese carácter para convertirse en brazos institucionales capaces de llegar al crimen o al suicidio, eso es en lo que la ley debe vigilar y sancionar en los cuerpos legales correspondientes. No podemos permitir que dirigentes de cualquier iglesia aprovechen la influencia que pueden ejercer sobre los correligionarios para beneficios personales o de grupo, más aún en contra de la integridad física, económica y aún moral de los fieles.

Retomando: la radio y la televisión deben estar exentas de cualquier doctrina religiosa, pues debemos considerar el poder potencializador de los medios, entratándose de religión. Ciertamente las iglesias, como elementos que integran la sociedad, son tema de noticias y comentarios en los medios, eso no tiene discusión, sí, en cambio, el proselitismo y la propaganda religiosa. No es que la radio, la televisión y otros medios de comunicación deban tener una asepsia en lo referente a la religión. No. Lo que consideramos sano es que los medios en su conjunto, y en particular la radio y la televisión por sus

características, deben fomentar el análisis mas no la propaganda ni el fanatismo.

Los medios como detentores de poder político y económico

Marshall McLuhan durante los años sesentas propuso su idea de la *aldea global*, un mundo entretejido y radicalmente transformado por la televisión y otros prodigios de la electrónica. Esta figura ciertamente ha ido madurando a lo largo de los años y en la actualidad, con el uso de los satélites y la llamada "*autopista de la información*", es una realidad. Tan es real, que existe un limitado grupo de organizaciones de carácter privado que, a través de redes internacionales de comunicación, están empezando a dominar los medios a nivel mundial. Se ha dicho que estas organizaciones buscan el control de la mayoría de los medios: periódicos, libros, revistas, radiodifusoras, videocasetes, películas, etc., más importantes del mundo, controlando, incluso, cada paso del proceso informativo, desde la creación del "producto" — la noticia, las ideas, el entretenimiento — hasta los medios por los cuales puede transmitirse. Esta producción tendrá en mente un sólo público: el auditorio del mundo entero.

Como ejemplo tenemos la fusión, el 22 de septiembre de este año, de dos empresas que juntas se han transformado en el consorcio de la comunicación y el entretenimiento más grande del mundo. Nos referimos al intercambio de acciones con miras a unir actividades la *Time Warner* y la *Turner Broadcasting System*, que, entre otras empresas controla a la cadena de noticias CNN, los dibujos animados de Hanna-Barbera, así como las cadenas Fox, HBO además de 24 publicaciones que se distribuyen en buena parte del mundo.

Es patente lo que se esconde detrás de todo ello: estos cerrados y elitistas círculos corporativos implican cantidades exorbitantes de recursos económicos — 7 mil 200 millones de dólares en el caso de la fusión anteriormente comentada —. Estamos hablando de que cualquiera que sea el estilo o línea de

comunicación de la empresa multinacional, existe una base de capitalización muy fuerte que debe su presencia al financiamiento tecnológico y también, y muy importante, a la dirección y filiación política, como más adelante lo veremos.

Esta combinación oligárquica de organismos que persiguen un solo fin, crea un poder económico que realmente empuje incluso a naciones enteras. Ben H. Bagdikian¹⁸ señala que solamente la *Time-Warner* tiene un valor total de algo así como 18 billones de dólares (para nuestro país algo así como 18 mil millones de dólares) que es una suma mayor al total del producto interno bruto de Jordania, Bolivia, Nicaragua, Albania, Laos, Liberia y Mali.

Tal realidad que se antoja ajena a nuestro país, no lo es tanto si consideramos que, por ejemplo, la empresa TELEVISA no sólo detenta al grupo más importantes de medios de comunicación en México (radio, televisión, impresos, videocasetes, videoclubes, cine, etc.) sino que, copiando esquemas norteamericanos, ha esparcido sus ramas a los Estados Unidos de América y a buena parte de centro y sudamérica y ha empezado a dar batalla en Europa y el norte de Africa, según sus propios promocionales.

Quienes integran estas grandes empresas de la comunicación mundial obviamente se muestran en franca oposición a los cambios políticos y económicos que van en contra de sus propios intereses financieros. Juntos ejercen un poder determinante sobre las ideas, la cultura y el comercio que afecta a la población más que cualquier otra manifestación que se haya dado en la historia, al grado de controlar o por lo menos influir grandemente en la toma de decisiones del hombre común, desde por quién votar, hasta qué vestir y qué comer.

¹⁸ Bagdikian, Ben H. Los señores de la Aldea Global. *InterMEDIOS*. México, núm. 4, octubre de 1992, p. 15.

La influencia que los medios ejercen en los consumidores y en la ciudadanía en general obedece a que generalmente estas grandes empresas reciben un tratamiento especial de los gobiernos de los distintos países, pues son ellos los que manejan la imagen pública de los líderes nacionales, quienes por ello buscan favorecerlos, y tienen, además, el control de la información y el entretenimiento que influyen en las actitudes sociales, políticas y culturales de públicos cada vez más amplios.

Es una idea aceptada que dentro del proceso de la comunicación de ideas, son dos los elementos que la componen en un esquema lineal y simple: el emisor y el receptor. Sin embargo este esquema se complica grandemente cuando este modelo, que vale muy bien para la comunicación interpersonal, entra al terreno de lo que todos conocemos como “medios masivos de comunicación”, en donde entran, desde luego los electrónicos como la radio y la televisión.

Desde el momento en que el proceso simplemente descrito con anterioridad, se aparta de este diálogo para englobar a un grupo o a toda una colectividad, aparece un tercer elemento que está representado por los medios de comunicación y que pueden estar revestidos de dos vestuarios distintos: el poder económico, manifestado por la posesión de los medios —en este caso— o bien el poder colectivo o individual de definir o determinar *qué se dice, cómo se dice, y cuándo se dice*, y estamos en ese momento ante el poder político.

Detrás de los medios existe un complejo cuerpo desconocido la mayoría de las veces para los espectadores, para el público, de quien no se sabe que intereses persigue y muchas veces cuando lo sabemos, observamos que son intereses muy particulares o de grupo que poco o nada tienen que ver con la colectividad: incrementar la fortuna personal o bien mantener y perpetuar el actual estado de cosas —en lo político, lo económico, lo cultural, etc.—. A los medios generalmente los identificamos por sus “estrellas” que si bien es cierto son los

sin embargo en la realidad los hechos corroboran que —dejando de lado el narcotráfico— quienes detentan medios de comunicación pertenecen a las élites con más recursos económicos. ¿Ejemplos? No hacen falta.

Ser pues poseedor de los medios de producción —léase medios de comunicación— provoca una situación por demás ventajosa para los grupos en el poder, pues tras ese acaparamiento de los medios de información por parte del estado y su aparente independencia, está todo un sistema de control político, primero: para los que detentan una concesión o un permiso; y a través de ellos, segundo, a la sociedad civil que de esta manera quede desvinculada de los mecanismos propios de la comunicación, volviéndolo un receptor pasivo de los mensajes, en lugar de ser un sujeto activo que sea partícipe de los citados mecanismos a través de la retroalimentación.

Bajo este esquema es fácil entender cuáles son las situaciones en las que se transforma el proceso de la comunicación de masas. Por un lado está el receptor, el público, que para este momento ha quedado reducido a una masa informe sin la posibilidad de expresar su contento o descontento con los contenidos o con el mensaje en sí. Se podrá argumentar que existen estudios mercadológicos para determinar la audiencia o teleaudiencia de los “programas”, sin embargo, es necesario recordar que no se toman en cuenta dos aspectos de suma importancia: que estamos hablando de públicos con diferentes características demográficas, etnológicas, económicas, culturales, etcétera, y que dichos estudios obedecen a respuestas a contenidos programáticos existentes. Esto comprueba nuestra afirmación inicial: el receptor no cuenta.

El mensaje entonces queda reducido a un elemento sujeto al capricho de medio, quien lo utiliza, no como se esperaría en función del interés colectivo, sino en razón de intereses particulares, pasando de esta manera a ser de un actor de primer orden, a uno secundario. Rectificando diríamos que pasa a ser

secundario en relación con el público, y al mismo tiempo, de primerísimo nivel, en tanto sirva a los intereses de este tercer elemento que son los medios de comunicación y de quienes los usufructúan — económica y políticamente —.

Siguiendo esta idea, nos encontramos a los medios, que como hemos dicho, representan un coto privado de poder económico o político que vienen a ser, dolorosamente, los elementos más importantes del proceso de comunicación de masas.

Esta afirmación que se antoja temeraria, no lo es si partimos del hecho de que en la actualidad, ser beneficiado con una concesión de radio o televisión, representa entrar en el círculo del llamado “cuarto poder”. Ese mundo donde lo mismo habita la extorsión, el rumor, el engaño, la manipulación de la información y la desinformación, la complicidad y toda una serie de abusos y excesos que pueden hacer y hacen los que poseen la información por un lado, y por el otro, los propios medios de comunicación de masas. Estamos hablando pues del poder económico y político de una élite, de un grupo, que en nuestro país maneja los medios de comunicación — electrónicos y no electrónicos — y que en no pocas ocasiones han actuado a espaldas de los intereses de la sociedad haciendo gala del uso de estos dos poderes que les dan los medios.

Que hace el Estado mexicano para atacar esta serie de cosas: premiar con más concesiones a los grupos de poder de los que hemos venido hablando, identificados éstos con los postulados de los grupos de poder gubernamental.

Dice Alma Rosa Alva de la Selva *“sin interés en que desaparezca el orden vigente, que les ha proporcionado beneficios suficientes como para hacer de los medios electrónicos pingüe negocio — ya lo está probando el grupo Salinas con Tv Azteca—, los concesionarios han adquirido una considerable fuerza política que les permite negociar con el gobierno en turno y ejercer una relación de mutuos favores. En este sentido, parece estar lejos de ser casualidad el hecho de que por*

estos días (noviembre de 1994) declaradas las elecciones como cosa juzgada, se esté dando a conocer la autorización de varias concesiones nuevas de radio para particulares de distintas partes del país, así como de TV. Parece un hecho el otorgamiento de dos concesiones más para el consorcio TELEVISIA, ahora en la frecuencia de UHF, para su explotación en una modalidad que incluso contraviene los acuerdos internacionales, al ser restringida".¹⁹

Esta situación desde luego tiene que cambiar. Y es justamente a través de una vigorosa acción legislativa que resulte en unos ordenamientos con apertura con que el "cuarto poder, tan negativo para la vida democrática de un país, puede desaparecer, porque es necesario que desaparezca.

La sociedad mexicana demanda actualmente la participación de los medios de una manera más identificada con los problemas sociales y no con los grupos gubernamentales o de poderío económico e ideológico.

El gobierno debe dejar su postura soterrada de presión a los medios con la amenaza velada de retirar el goce de las concesiones y abrirse a ser más receptivos a una prensa —en su sentido amplio que abarque los medios impresos, la radio, la televisión, el cine, etc.— crítica, pero responsable.

Nuestro país ha firmado un acuerdo comercial con los Estados Unidos de América y Canadá (el TLC). Tal vez esta tendencia de la globalización de la economía, de la política, del comercio y de otras manifestaciones del hombre de hoy, nos impidan pensar en unos medios de comunicación menos fuertes en términos de la competencia nacional e internacional, sin embargo, creemos que es posible, a través de un ordenamiento legal, fijar las condiciones por las cuales se pueda lograr paralelamente el crecimiento hacia adentro del país más

¹⁹ Alva de la Selva, Alma Rosa. Definitoria herramienta propagandística. TV: EL VOTO ELECTRONICO. *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VII, núm. 37, octubre-noviembre de 1994, p. 11.

armónico y equilibrado, que rompa con estructuras monopólicas. Debemos de estar conscientes que el desarrollo mundial de los medios exige la aplicación de recursos económicos en gran cantidad, recursos que piden en garantía cuotas de poder. Sin embargo, lo anterior no es una limitante para que la radio y la televisión busquen nuevos esquemas de funcionamiento bajo otras reglas de competencia más sanas en el concurso cotidiano por imponerse en la preferencia del público.

Creemos que si bien es importante tener en mente los frutos de esta globalización, también lo es el cuidar los aspectos regionales y de orden doméstico que el ciudadano de cualquier país reclama como mínimos y que por fortuna ya algunos medios han empezado a entender.

A manera de conclusión

Todas estas consideraciones que hemos planteado, nos han hecho coincidir en un pronunciamiento en el sentido de que por los tiempos que está viviendo nuestro país, en lo interno y en lo externo, en su relación con otros países, es necesario replantear la situación jurídica de los medios que nos ocupan y, desde una perspectiva amplia y moderada, abundar un poco en estas cuestiones que de alguna manera apoyan y justifican el planteamiento por todos compartido: el marco legal de la comunicación social en México, requiere de cambios sustanciales que no deben esperar para otro momento, cambios que demandan la participación de todos y cada uno de los actores que intervienen en los procesos de comunicación e información, a saber: el Estado, las organizaciones políticas y asociaciones civiles, los profesionales de la comunicación, y sobre todo, la sociedad entendida para este caso como la destinataria y la que justifica la existencia de los medios llámense radio, televisión, prensa, etc.

Para los profesionistas de la comunicación deberá ser todo un reto el hecho

de desarrollarse en un ambiente laboral de suma importancia pública, pues de su quehacer se pueden desprender situaciones vitales para la vida económica, política y, por qué no decirlo, democrática.

Hemos querido a través de estas páginas, tratar de hacer un análisis, un acercamiento, aunque somero, sobre la actual situación legal en la que se encuentra dos de los medios de comunicación más importantes en nuestra sociedad: la radio y la televisión.

De lo que postula la Ley de Radio y Televisión vigente, hemos pretendido puntualizar en los párrafos que preceden, algunos aspectos que creemos sustentan la tesis de que hoy en día es una tarea urgente la reforma al marco legal de dichos medios. De la misma manera, quisimos abundar o simplemente comentar algunas de las características que por obedecer a fenómenos más o menos recientes están fuera de la normatividad. Estamos conscientes de nuestras limitaciones, sin embargo, creemos que el planteamiento es justo y es sustentable en los hechos. Los actores políticos, la globalización de los aspectos económicos y financieros, la actual tendencia monopólica en la detentación de los medios electrónicos de comunicación, pero sobre todo, y como lo apuntábamos antes, los más diversos sectores sociales —amas de casa, sindicatos, intelectuales, estudiantes, etc.—, apoyan y dan sustento al proyecto de una nueva Ley de Radio y Televisión que se propone como parte sustancial de este trabajo universitario. Seguramente tiene fallas, pero su contenido obedece a un espíritu propositivo de apertura y de contribución al estudio que en este terreno se están haciendo en otras esferas.

Capítulo IV

Proyecto de Ley Federal de Radio y Televisión

Título Primero

Capítulo Único

Generalidades

Artículo 1. La presente ley es de orden social y de interés y de servicio públicos, y de observancia en toda la República.

Artículo 2. Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas dentro de las que se encuentran comprendidos los canales destinados a la radio y teledifusión, materia de esta ley, incluyendo cualquier medio alámbrico, inalámbrico o de otra naturaleza que se use para la conducción y transmisión de señales de audio y video y que puedan ser captados por terceros como destinatarios de dichas señales.

Artículo 3. El usufructo del espacio a que se refiere el artículo anterior se hará mediante el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones que, aprovechando cualquier procedimiento técnico haya sido permitido o concesionado en los

términos de la presente Ley.

Artículo 4. Son materia de esta ley:

- I. Los procedimientos administrativos para el otorgamiento de concesión de frecuencias y canales de radio y televisión.
- II. La protección de los derechos de los concesionarios.
- III. La protección de los derechos de la ciudadanía ante los medios.
- IV. La protección de los derechos de creadores y productores de la industria de la radio y la televisión.
- V. La protección de los derechos de inventores en materia de radio y televisión.
- VI. Establecer sanciones.

Artículo 5. Son objetivos de esta ley:

- I. Asegurar el acceso de los habitantes de la República a los medios de radio y teledifusión.
- II. La promoción y el acrecentamiento de los valores que coadyuven a la creación de una sociedad igualitaria y democrática.
- III. La promoción y protección de los derechos de la ciudadanía en materia de radio y televisión, especialmente en lo relativo a la recepción de mensajes que puedan atentar contra su integridad física, moral, espiritual, religiosa y económica.
- IV. La promoción de mensajes radiofónicos y televisivos que tengan como finalidad la educación y difusión de la cultura universal y nacional, considerando la pluralidad de etnias,

grupos humanos, costumbres y usos.

V. La promoción de mensajes que promuevan la convivencia pacífica de los ciudadanos, la sana discusión de las ideas y el análisis del acontecer político y social de la República.

VI. Promover la integración nacional, así como los valores de solidaridad y cooperación internacional.

Artículo 6. Para los efectos de esta Ley, se entiende por:

Permisarios provisionales a las personas físicas o morales que tengan o hayan solicitado permiso provisional para explotar un canal o frecuencia, de televisión o de radio, respectivamente, de acuerdo a la presente Ley.

Concesionarios, a las personas físicas o morales que sean titulares de una concesión para explotar un canal o frecuencia de televisión o de radio, respectivamente, en razón de la presente Ley.

Permiso provisional, la autorización mediante la cual una persona física o moral puede operar una estación de radio o un canal de televisión, mientras se le otorga la concesión, en los términos de la presente ley.

Concesión, es la autorización mediante la cual una persona física o moral puede operar una estación de radio o un canal de televisión y esta ha sido otorgada por la autoridad competente, de acuerdo con esta ley, por un tiempo determinado.

Televisión.- Sistema de transmisión de señales de audio y video destinadas a un público que puede acceder a la recepción de tales señales, en un área geográfica determinada y a través de los recursos de recepción adecuados.

- *Radio.*- Sistema de transmisión de señales de audio destinadas a un público que puede acceder a la recepción de tales señales, en un área geográfica determinada y a través de los recursos de recepción adecuados.

Título Segundo

Del Instituto Nacional de Radio y Televisión

Capítulo I

Disposiciones Generales

Artículo 7. El Instituto Nacional de Radio y Televisión es depositario de la autoridad en esta materia y responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones constitucionales vigentes en materia de radio y televisión, así como el cumplimiento de la presente Ley.

Artículo 8. El Instituto Nacional de Radio y Televisión es un organismo público autónomo, de carácter permanente, con personalidad jurídica y patrimonio propios, que se integrará con los bienes muebles e inmuebles que se destinen para su objeto y las partidas que se señalen en el Presupuesto de Egresos de la Federación.

Este Instituto se regirá para su organización, funcionamiento y control, por las disposiciones constitucionales relativas y las de esta Ley.

Artículo 9. El Instituto Nacional de Radio y Televisión tiene su domicilio en el Distrito Federal y ejercerá sus funciones en todo el territorio nacional.

Artículo 10. El Instituto Nacional de Radio y Televisión tienen las siguientes finalidades:

- a). Contribuir al ejercicio de la libre de expresión de las ideas.
- b). Asegurar a la ciudadanía el ejercicio del derecho a la información, sin más límites que los que establece la Constitución General de la República, así como los propios de los medios de que trata la presente Ley.

- c). Integrar el Registro Nacional de Permisos Provisionales y de Concesiones de radio y televisión a nivel nacional.
- d). Garantizar a la ciudadanía el acceso a frecuencias y canales de radio y televisión, respectivamente, sin más limitaciones que las que establece esta Ley.
- e). Administrar el tiempo oficial en radio y televisión.
- f). Promover la investigación técnica y científica en materia de radio y televisión.
- g). Garantizar a creadores, inventores, investigadores, fabricantes, industriales y demás miembros de la industria de la radio y la televisión en México, la explotación de nuevas tecnologías, aparatos o inventos vinculados con la actividad de la radio-teledifusión.

Capítulo II

De los órganos de dirección

Artículo 11. Los órganos de dirección del Instituto Nacional de Radio y Televisión son:

- a). El Consejo Nacional de Radio y Televisión.
- b). La Dirección General.

Capítulo III

Del Consejo Nacional de Radio y Televisión

Artículo 12. El Consejo Nacional de Radio y Televisión es el órgano superior de dirección y es el responsable de vigilar el cumplimiento de las disposiciones

constitucionales en la materia, así como de la aplicación de la presente Ley.

Artículo 13. El Consejo General se integra por un representante del Poder Ejecutivo, cuatro representantes del Poder Legislativo, seis representantes ciudadanos y dos representantes de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

El representante del Poder Ejecutivo será el Secretario de Comunicaciones y Transportes quien fungirá como presidente del Consejo Nacional.

Los representantes del Poder Legislativo serán dos diputados y dos senadores. Por cada propietario habrá un suplente.

En caso de vacantes de los representantes del Poder Legislativo, el presidente del Consejo solicitará a la Cámara respectiva que haga las designaciones correspondientes.

Los representantes ciudadanos serán personas que se hayan destacado dentro de la comunicación en los ámbitos periodísticos, académicos, de investigación u otro similar y serán electos de acuerdo con las siguientes bases:

- a). Se establecerán seis zonas geográficas en el territorio nacional que estarán conformadas de esta manera: Zona I, integrada por los estados de Baja California Norte, Baja California Sur, Sonora, Chihuahua, Coahuila, Nuevo León y Tamaulipas; Zona II, integrada por los estados de Sinaloa, Nayarit, Jalisco, Colima y Michoacán; Zona III, integrada por los estados de Guerrero, Oaxaca, Chiapas, Puebla, el Estado de México y Morelos; Zona IV, integrada por los estados de Durango, Zacatecas, San Luis Potosí, Aguascalientes, Querétaro, Hidalgo, Tlaxcala y Guanajuato; Zona V, integrada por los estados de Veracruz, Tabasco, Campeche, Yucatán y Quintana Roo;

- d) Zona VI, que corresponderá al Distrito Federal.
- b). El Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Gobernación, presentará ante la Cámara de Diputados, una propuesta de terna por cada Zona y por cada miembro a elegir.
- c). Por cada representante propietario se elegirá un suplente.
- d). De las ternas presentadas, la Cámara de Diputados elegirá a los representantes por mayoría simple y votadas de manera individual.
- e). Si alguna terna no fuese aprobada, se solicitará al Ejecutivo Federal que haga una nueva propuesta; si ésta también fuese desechada, la Cámara de Diputados designará una terna de la que surgirá el representante para la Zona en cuestión.
- f). Los representantes ciudadanos durarán en su encargo cuatro años.

La cámara de la industria acreditará ante el Consejo a sus representantes y podrá sustituirlos en cualquier momento.

Artículo 14. Los representantes ciudadanos deberán reunir los requisitos siguientes:

- a). Ser ciudadano mexicano por nacimiento y estar en pleno ejercicio de sus derechos políticos y civiles;
- b). Tener más de treinta años de edad el día de la designación.
- c). Gozar de buena reputación y no haber sido condenado por delito alguno, excepto que hubiese sido de carácter no intencional o imprudencial.

PROYECTO DE LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

- d). Haber residido en la Zona para el que va a ser electo, por lo menos durante los últimos tres años.
- e). No desempeñar o haber desempeñado cargo de elección popular.
- f). No pertenecer a la dirigencia de culto religioso alguno.
- g). Tener título profesional o formación equivalente y conocimientos en materia de radio y televisión.
- h). No pertenecer a partido político alguno.

La dietas que reciban los representantes ciudadanos serán las previstas en el Presupuesto de Egresos de la Federación.

Artículo 15. El Consejo Nacional de Radio y Televisión sesionará de manera ordinaria cada dos meses. El Presidente podrá convocar a sesiones extraordinarias cuando lo estime necesario para el desahogo de los asuntos de su competencia.

Las sesiones del Consejo serán de carácter público.

Artículo 16. El Consejo Nacional de Radio y Televisión sesionará por lo menos con el 75% de sus miembros, entre los que deberá estar el Presidente, quien tendrá voz y voto.

El Director General del Instituto Nacional de Radio y Televisión fungirá como Secretario del Consejo y tendrá voz pero no voto.

Los representantes del Poder Legislativo y de la Cámara de la industria, asistirán a las sesiones con voz pero sin voto.

Los representantes ciudadanos tendrán voz y voto en las sesiones.

En caso de que no se reúna la mayoría a que se refiere el primer párrafo de este artículo, el Consejo Nacional sesionará dentro de las veinticuatro horas

siguientes con los miembros presentes, entre los que deberá estar el Presidente, y sus acuerdos o resoluciones serán válidas.

Artículo 17. Es facultad del Consejo Nacional de Radio y Televisión integrar las comisiones necesarias para el cumplimiento de sus funciones, para lo que podrá asesorarse en los casos que ameriten dictámenes técnicos o periciales.

Artículo 18. El Consejo Nacional de Radio y Televisión ordenará la publicación de sus resoluciones y acuerdos en el Diario Oficial de la Federación.

Artículo 19. Son atribuciones del Consejo Nacional de Radio y Televisión, las siguientes:

- a). Expedir los reglamentos interiores del Instituto Nacional de Radio y Televisión para su buen funcionamiento.
- b). Resolver, en los términos de esta Ley, las solicitudes de permisos provisionales o de concesión a las personas físicas o morales que lo soliciten.
- c). Dirimir las controversias que surjan entre permisionarios provisionales y la autoridad; entre concesionarios y la autoridad; entre permisionarios provisionales y concesionarios; entre la ciudadanía y los permisionarios provisionales o los concesionarios; y, entre la ciudadanía y la autoridad.
- d). Resolver sobre los convenios de fusión de concesionarios.
- e). Resolver sobre los convenios de fusión de permisionarios provisionales.
- f). Vigilar que las actividades propias de la radio y de la teledifusión se realicen con estricto apego a la presente Ley.

- g). Llevar el Registro Nacional de Permisos Provisionales y Concesiones de radio y televisión, y actualizarlo constantemente.
- h). Aprobar, en su caso, la frecuencia y potencia de transmisión de las estaciones de radio y televisión.
- i). Requerir e instruir a la Dirección General del Instituto Nacional de Radio y Televisión, investigue, por los medios a su alcance, hechos y acciones que afecten de manera importante los derechos de permisionarios provisionales y/o concesionarios. Lo anterior sólo se podrá realizar a petición de parte en los casos del inciso c) de este mismo artículo.
- j). Resolver los recursos de revisión que le competan en los términos de esta Ley.
- k). Aprobar anualmente el anteproyecto de presupuesto del Instituto Nacional de Radio y Televisión que proponga el Presidente del propio Consejo.
- l). Constituirse en un consejo consultivo en materia legislativa de radio y televisión.
- m). Dictar los acuerdos necesarios.
- n). Las demás señaladas en esta Ley.

Artículo 20. Son atribuciones del Presidente del Consejo Nacional de Radio y Televisión:

- a). Convocar y conducir las sesiones del Consejo.
- b). Vigilar el cumplimiento de los acuerdos del propio Consejo.

- c). Proponer al Consejo el nombramiento del Director General del Instituto.
- d). Proponer anualmente el anteproyecto de presupuesto del Instituto Nacional de Radio y Televisión.
- e). Remitir a la consideración del Poder Ejecutivo el proyecto de presupuesto del Instituto aprobado, en los términos de la ley de la materia.
- f). Las demás que le confiera esta Ley.

Artículo 21. Será Secretario del Consejo Nacional de Radio y Televisión, el Director General del Instituto Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 22. Son facultades del Secretario del Consejo:

- a). Auxiliar al Consejo y a su Presidente.
- b). Preparar el orden del día de las sesiones del propio Consejo Nacional de Radio y Televisión, declarar la existencia de quórum, dar fe de lo actuado en las sesiones, levantar el acta correspondiente a cada sesión y someterla a la aprobación de los miembros del propio Consejo.
- c). Informar sobre el cumplimiento de los acuerdos.
- d). Dar cuenta sobre las solicitudes presentadas por los permisionarios provisionales, los concesionarios o la ciudadanía, preparando el proyecto de acuerdo correspondiente.
- e). Dar cuenta de los proyectos de dictámenes que se hayan ordenado y practicado.
- f). Recibir y correr el trámite correspondiente a los recursos interpuestos por los permisionarios provisionales, los

concesionarios y la ciudadanía en contra de los actos o resoluciones del Consejo, informándole sobre los mismos de manera pronta en su sesión inmediata.

- g). Llevar el Registro Nacional de Permisos Provisionales y Concesiones de radio y televisión.
- h). Llevar el archivo del Consejo.
- i). Expedir documentos que acrediten la personalidad de los miembros del propio Consejo.
- j). Firmar, junto con el Presidente del Consejo, los acuerdos y resoluciones que se emitan.
- k). Las demás que le confiera esta Ley o el Presidente del Consejo.

Capítulo IV

De la Dirección General del Instituto Nacional de Radio y Televisión

Artículo 23. El Instituto Nacional de Radio y Televisión estará presidido por un Director General, nombrado por el Consejo Nacional, quien durará en su encargo por cinco años.

Artículo 24. Para el cumplimiento de sus funciones, el Instituto se integrará con:

- a). La Dirección General.
- b). La Subdirección Técnica.
- c). La Subdirección de Comunicación.

Artículo 25. La Dirección General fijará las políticas generales, los programas y los procedimientos administrativos del Instituto. Supervisará,

además, el desarrollo adecuado de las actividades de los demás órganos del propio Instituto.

Artículo 26. La Subdirección Técnica será la encargada de apoyar, tanto al Instituto como al Consejo Nacional de Radio y Televisión, en la elaboración de los estudios de orden técnico que sean necesarios para su funcionamiento. Velará, asimismo, porque las transmisiones de radio y televisión se ajusten a las normas que se desprendan de convenios nacionales e internacionales que en esta materia haya suscrito nuestro país, las que fije la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y las que, en su caso, dicte el propio Instituto.

Artículo 27. A la Subdirección de Comunicación compete realizar los estudios que en esta materia ordene el Consejo.

Esta Subdirección no podrá actuar de oficio. Cuando lo haga a petición de parte, será por resolución que para tal efecto haya girado el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 28. El Instituto Nacional de Radio y Televisión, a través de la Subdirección de Comunicación, administrará el tiempo oficial en las emisoras de radio y de televisión.

La Dirección General del Instituto Nacional de Radio y Televisión celebrará los convenios con las emisoras de radio y televisión para fijar días y horarios de transmisión en que se ejercerá el derecho del Estado a hacer uso del tiempo oficial, de acuerdo al Capítulo III del Título Cuarto de esta ley.

Artículo 29. Son atribuciones de la Subdirección de Comunicación, auxiliar a la ciudadanía, a las organizaciones civiles, políticas, profesionales o de otra naturaleza, en la producción de mensajes que vayan a ser transmitidos en tiempo oficial.

Artículo 30. Para ser Director o Subdirector del Instituto Nacional de Radio

y Televisión se requiere:

- a). Ser ciudadano mexicano por nacimiento y estar en pleno ejercicio de sus derechos.
- b). Haber cumplido treinta años, el día de su designación.
- c). Tener, con una antigüedad mínima de cinco años, grado académico de nivel profesional y demostrar curricularmente que tiene los conocimientos y habilidades suficientes que le permitan el desempeño de sus funciones.
- d). Gozar de buena reputación y no haber sido condenado por delito alguno, salvo los de carácter no intencional o imprudencial.

Artículo 31. Son atribuciones del Director General:

- a). Representar legalmente al Instituto Nacional de Radio y Televisión.
- b). Concurrir a las sesiones del Consejo Nacional de Radio y Televisión en su carácter de Secretario del mismo, con voz pero sin voto.
- c). Cumplir los acuerdos del Consejo.
- d). Publicar en el Diario Oficial de la Federación los acuerdos del Consejo.
- e). Someter a su conocimiento, o, en su caso a la aprobación del Consejo, los asuntos de su competencia.
- f). Llevar y actualizar el registro a que se refiere el inciso g) del artículo 19 de esta Ley.
- g). Ordenar, orientar y coordinar los trabajos de las subdirecciones técnica y de comunicación del Instituto.

- h). Nombrar a los subdirectores del Instituto.
- i). Proveer lo necesario a las subdirecciones del Instituto para el cumplimiento de sus funciones.
- j). Llevar en su carácter de Secretario del Consejo, la correspondencia del mismo, dando cuenta oportunamente a su Presidente.
- k). Elaborar anualmente el proyecto de presupuesto del Instituto.
- l). Ejercer las partidas presupuestales.
- m). Dar a conocer la información estadística o de otra naturaleza que le sea solicitada por los permisionarios provisionales, concesionarios o el público en general.
- n). Las demás que le confiera esta Ley.

Capítulo V

De los organismos auxiliares

Artículo 32. Las delegaciones estatales de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes podrán actuar, supletoriamente, como organismos auxiliares del Instituto, dando cuenta de manera oportuna y expedita, de los asuntos de que tengan conocimiento y que sean competencia de la materia de esta Ley, a la instancia correspondiente.

Título Tercero

Permisos Provisionales y Concesiones

Capítulo I

Del procedimiento

Artículo 33. Durante el mes de enero de cada año, el Instituto Nacional de Radio y Televisión, a través de su Consejo Nacional, convocará a las personas físicas o morales que deseen adquirir y operar concesiones en materia de radio y televisión, a que presenten sus solicitudes a fin de obtener permiso provisional de operación.

Al expedir la convocatoria, el Consejo Nacional señalará el plazo para que los interesados presenten la solicitud correspondiente y los requisitos que deberán cumplir, siendo los siguientes:

- a). Documento que acredite la personalidad del solicitante.

En caso de ser persona moral, esta deberá estar legalmente constituida conforme a las leyes de la materia y tener cláusula de exclusión de extranjeros.

- b). Solicitud por escrito en el que se manifieste:

i). La frecuencia o canal que solicita.

ii). Banda en la que desea operar.

iii). Potencia.

iv). Ubicación del equipo transmisor.

v). Sistema de radiación y sus especificaciones técnicas o, en su caso, describir el sistema de conducción y transmisión de señales.

- vi). Horario en el que desea operar.
- vii). Tipo de emisora a que hace referencia el artículo siguiente.
- viii). Proyecto de carta de programación.
- ix). Origen y procedencia de la programación.
- x). Areas geográficas que desea abarcar.
- xi). Escrito en el que manifieste y justifique la necesidad de operar con las características que manifiesta y los fines que se persiguen.

El plazo a que se hace referencia en el segundo párrafo de este artículo, no podrá ser superior a los noventa días naturales, contados a partir de la expedición de la propia convocatoria.

Artículo 34. Los permisos provisionales y en su caso las concesiones para operar frecuencias de radio, canales de televisión o sistemas de televisión o radio restringidas, serán de los siguientes tipos:

- a). Comerciales, que serán aquellas que persigan la prestación de servicios de comercialización de espacios publicitarios o señales, como vías de financiamiento y como fin en sí mismas.
- b). Oficiales, las que pertenezcan a entidades de la administración pública federal, estatales o municipales.
- c). De experimentación, las que persigan fines puramente de investigación social, económica y política y de ingeniería en cualquiera de sus áreas, o bien las que sus contenidos vayan dirigidos a la búsqueda de nuevos conceptos o modalidades de comunicación.

- d). Escuelas radiofónicas, las que obedezcan a un fin primero y último de contribuir con sus contenidos a los programas y problemas de alfabetización.
- e). Universitarias, las que sean operadas por universidades públicas o privadas.
- f). Políticas, las que pertenezcan a asociaciones o partidos políticos o que por sus contenidos se aboquen a tratar temas de esa naturaleza y que sean del interés de la región o del país.

No obstante lo señalado en el inciso a) de este artículo, las estaciones de los tipos considerados en los incisos del b) al f), podrán usar para su financiamiento la venta de espacios publicitarios.

Artículo 35. Cuando los solicitantes estén constituidos en personas morales, de acuerdo con el inciso a) del artículo 33 de esta ley, las acciones deberán ser nominativas.

Artículo 36. Una vez presentada la solicitud y cumplidos los requisitos, el Consejo Nacional de Radio y Televisión deberá otorgar o denegar permiso provisional para operar, en un plazo no mayor de 60 días naturales, contados a partir de la fecha de recepción de la solicitud, debiendo notificar a los interesados la resolución a través del Diario Oficial de la Federación o a través de estrados.

En caso de que el Consejo Nacional no responda en el plazo señalado, se entenderá por concedido el permiso solicitado.

Cualquiera que sea el sentido de la resolución, deberá ser motivada por el Consejo Nacional. Cuando proceda otorgar el permiso provisional, el Consejo expedirá el certificado respectivo.

Artículo 37. Durante los seis meses siguientes a la notificación del permiso provisional, los titulares podrán y deberán operar en los términos de la solicitud presentada.

Durante este periodo, que se considerará de prueba, los permisionarios provisionales no podrán incluir en sus transmisiones mensajes publicitarios comerciales o promocionales que hayan sido contratados mediante actos de compra-venta.

Artículo 38. Durante los segundos seis meses posteriores a la entrada en vigor del permiso provisional, los titulares podrán operar de acuerdo a sus políticas de comercialización y de comunicación que les haya dado origen.

Artículo 39. Pasados los dos períodos de prueba a que aluden los artículos anteriores, el permisionario provisional elevará solicitud para que se le otorgue concesión, ante el propio Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Esta solicitud deberá ser presentada en los 30 días naturales, antes de la fecha de vencimiento del permiso provisional. Una copia de la solicitud, debidamente sellada por el Instituto, surtirá todos los efectos legales a que haya lugar en tanto se resuelve en definitiva si se otorga o deniega la concesión solicitada.

Artículo 40. El Consejo deberá evaluar por todos los medios a su alcance, la conveniencia o inconveniencia de otorgar concesión al solicitante, atendiendo al cumplimiento de la solicitud original y del cumplimiento de esta ley, así como en razón de las características sociales del grupo o zona en que opere, pudiendo conceder o negar la concesión solicitada.

Artículo 41. Denegado el permiso provisional o la concesión, y una vez agotados los recursos que está y otras leyes otorgan, ninguna persona física o moral podrá solicitar nuevo permiso o concesión, hasta pasado un año.

Una vez otorgada la concesión, el concesionario remitirá un escrito en el que especifique marca, modelo, número de serie y demás características que identifiquen el equipo con el que opera, que se inscribirá en el Registro Nacional de Permisos Provisionales y Concesiones de Radio y Televisión.

Capítulo II

De los permisos provisionales

Artículo 42. Los permisos provisionales no durarán más allá de un año, pero podrán ser revocados por resolución motivada del Consejo Nacional de Radio y Televisión en cualquier momento.

Artículo 43. Los permisionarios provisionales a quienes se les haya expedido el certificado correspondiente, gozarán de todas las prerrogativas y derechos que les otorga esta ley, así como tendrán las limitantes que ella misma establece.

Artículo 44. Los permisionarios provisionales no podrán celebrar convenios de fusión con concesionarios.

Capítulo III

De las concesiones

Artículo 45. Se otorgará concesión para operar frecuencias, canales y sistemas de radio y televisión a quienes, de acuerdo al procedimiento de que habla esta ley, hayan terminado con el período de permisionario provisional y hayan solicitado ante el Consejo la concesión respectiva.

Artículo 46. La vigencia de toda concesión no podrá exceder de 10 años y podrá ser renovada a su término cuando medie solicitud por escrito, para lo cual se seguirá el procedimiento señalado en el capítulo I del Título Tercero de esta

ley, especialmente en lo establecido en los artículos 39 y 40.

No obstante lo anterior, el Consejo Nacional de Radio y Televisión podrá revocar la concesión en cualquier tiempo, siempre de acuerdo a resolución emitida y motivada.

Artículo 47. Ninguna persona física o moral podrá solicitar refrendo de su concesión por una segunda vez.

Artículo 48. Los concesionarios podrán celebrar convenios de fusión, siempre y cuando no contravengan lo dispuesto en el artículo 71 de esta ley.

Artículo 49. Una misma persona física o moral podrá ser sujeto de varias concesiones, sin embargo, se estará a las condiciones que se establecen en el artículo 71.

Artículo 50. Cuando se trate de concesión para retransmitir los contenidos de otra estación, total o parcialmente, o en enlace permanente, se considerará como nueva y se seguirán los procedimientos establecidos por esta ley.

No obstante lo anterior, ninguna emisora podrá variar su programación de manera selectiva, cuando de manera permanente está enlazada a una emisora "piloto".

Artículo 51. Podrá solicitarse permiso provisional y en su caso concesión para operar varias emisoras en cadena, siempre y cuando no afecte a terceros y no incurra en el considerando del artículo 71.

En este caso no será necesario que todas las concesiones tengan las mismas características de potencia, frecuencia o canal u otras señaladas en el artículo 33. Sin embargo, en la solicitud sí se señalarán con precisión estos datos en todas y cada una de las concesiones que se considerarán individualmente.

Artículo 52. En el caso de las concesiones para sistemas de radio o televisión

restringida por cable o por cualquier otro recurso técnico, el enlace o transmisión parcial o total de las cartas programáticas de otros concesionarios, no se considerarán como parte de la concesión sino como servicios complementarios.

Artículo 53. Las concesiones para explotar los servicios de radio y televisión restringida por aire, cable, satélite o cualquier otro recurso técnico, podrán manejar libremente el número de señales. Sin embargo, en el caso de las señales propias se considerará una propia por cada 6 señales de servicio complementario.

Artículo 54. Ninguna asociación religiosa o ministro de culto alguno podrá, por sí o por interpósita persona detentar el control de permiso provisional o concesión alguna.

Capítulo IV

Consideraciones comunes para permisos provisionales y concesiones

Artículo 55. En los términos de esta ley, son sujetos de permisionarse y concesionarse:

- a). Las emisoras de radio en las bandas de amplitud y frecuencia moduladas y las de onda corta.
- b). Los sistemas de radio restringido de cualquier naturaleza, siempre y cuando se dirijan a un público que libremente o a través de contratación tenga acceso al servicio.
- c). Las emisoras de señales de televisión en las bandas de UHF y VHF.
- d). Los sistemas de televisión restringida por cable.

- e). Los sistemas de televisión restringida por satélite.
- f). Los sistemas de televisión restringida por "aire".
- g). Los sistemas de radio y/o televisión a través de redes de cómputo.
- h). Otras que en el presente o en el futuro se desarrollen y que sean de naturaleza análoga a las tuteladas por esta ley.

Artículo 56. Durante la vigencia de un permiso provisional o una concesión, no podrán modificarse las características que le dieron origen, si no es mediante resolución que al respecto emita el Consejo Nacional, a petición de los interesados.

Artículo 57. Quedan inhabilitados para iniciar cualquier trámite para permiso provisional o concesión, los familiares en línea directa hasta el tercer grado, ascendientes o descendientes, de quienes hayan sido concesionarios por veinte años, o de quienes tengan vigente el período de refrendo.

Igual prohibición se establece para los familiares colaterales hasta el segundo grado.

No obstante lo anterior, quienes por este artículo quedan inhabilitados, podrán solicitar y usufructuar permisos provisionales y en su caso concesiones, una vez transcurridos 10 años del término de la vigencia de la concesión que originalmente los inhabilitó.

Artículo 58. Sólo se autorizará el traspaso de permisos provisionales o concesiones a entidades o personas físicas o morales que persigan los mismos fines, siempre y cuando el permiso o concesión haya estado vigente por el 50 por ciento más un día del término señalado en esta ley para uno y otro modo, además de que los beneficiarios reúnan las características que para ser sujeto de permiso o concesión establece esta ley.

Artículo 59. El traspaso no afecta en modo alguno la vigencia de los permisos, concesiones y refrendos en su caso.

Artículo 60. Para que un permiso provisional o una concesión pueda ser transmitida por herencia o adjudicación judicial, se requerirá que los herederos reúnan las características de idoneidad de que habla la presente ley.

Capítulo V

Nulidad, caducidad y revocación

Artículo 61. Son nulos los derechos que invoque quien opere una emisora de radio o televisión, que no haya sido adquirida mediante el procedimiento que esta ley establece.

Artículo 62. El permiso provisional caduca al año y los derechos adquiridos para el otorgamiento de concesión caducan con él, si no se solicita en su momento la concesión respectiva.

Artículo 63. La caducidad de las concesiones se da con el transcurso del tiempo, que será improrrogable, excepto cuando se trate de ampliación por el refrendo único.

Cuando se trate de emisoras integrantes de una cadena o red, la caducidad por este motivo se computará de manera individual para cada emisora que la integre.

Artículo 64. Los derechos sobre emisoras caducarán de manera definitiva al término del refrendo de la concesión.

Artículo 65. Es causa de nulidad y caducidad, dejar de operar el permiso provisional o la concesión, por más de 15 y 90 días, respectivamente, sin que medie causa justificada.

No se considera causa justificada el mantenimiento o descompostura de los equipos, excepto cuando obedezca a desastres naturales plenamente comprobados.

Artículo 66. Son causales de revocación:

- a). Interferir sistemáticamente con la señal de otros permisionarios o concesionarios, a pesar de haber sido reconvenido por la autoridad para hacer los ajustes en sus transmisiones. Esta causal solamente será válida a petición de parte.
- b). Ampliar la potencia, el horario de transmisión y la frecuencia o canal asignado, sin la autorización del Consejo Nacional de Radio y Televisión.
- c). La transmisión de noticias que atenten contra la seguridad del Estado o de los particulares.
Esta causal solamente podrá hacerse valer a petición de parte y será calificada por el pleno del Consejo Nacional de Radio y Televisión, escuchando al interesado quien manifestará lo que a él convenga.
- d). La violación reiterada y sistemática al Título Cuarto, Capítulo II de esta ley.
- e). Sobrepasar el tiempo que en sus transmisiones dediquen a la difusión de mensajes publicitarios, de acuerdo con el capítulo respectivo de esta ley.
- f). Negarse a transmitir los mensajes que en tiempos del estado tengan la obligación de transmitir.
- g). No aceptar la publicidad pagada o en tiempos del Estado, de partidos políticos, organizaciones civiles, sindicales o de

alguna otra naturaleza.

- h). Transmitir repetida y sistemáticamente, mensajes que requieran de autorización especial del Consejo, sin que éste le haya sido otorgado.
- i). Violentar los derechos de los radioescuchas o de los televidentes.
- j). Estar en el supuesto que prohíbe el artículo 71, en cuyo caso el permisionario o concesionario perderá en virtud de revocación, el permiso o concesión más recientemente adquirido.

En caso de que todas las concesiones o permisos que estén involucrados en el supuesto del artículo 71 tengan la misma fecha de término de vigencia, será el propio permisionario provisional o concesionario, según el caso, el que indique el permiso o concesión que haya de ser revocado.

Artículo 67. La revocación será declarada por el Consejo Nacional de Radio y Televisión, según el procedimiento siguiente:

- I. Se hará saber al permisionario provisional o concesionario los motivos de revocación que hayan motivado la resolución y se le concederá un plazo de treinta días naturales para que presente las pruebas y alegatos que a sus intereses convengan.
- II. Formulados que fueran los alegatos de defensa y presentadas y valoradas las pruebas, o bien una vez transcurrido el plazo sin que las hubiera presentado, el Consejo dictará resolución declarando la procedencia o improcedencia de la revocación.

En los casos de nulidad o caducidad se observara el procedimiento anterior para declararla.

Artículo 68. A quienes se haya revocado un permiso provisional no se les permitirá obtener uno (a) nuevo(a) hasta pasados tres años en el caso del permiso y cinco en el caso de la concesión. No obstante lo anterior siempre se tomará en cuenta que ninguna persona podrá usufructuar un medio de que trata la presente ley, por más de veintiún años.

Capítulo VI

Del Registro Nacional de Permisos Provisionales y Concesiones

Artículo 69. El Registro Nacional de Permisos Provisionales y Concesiones de radio y televisión tiene como objeto:

- I. Hacer un inventario de las frecuencias, canales y redes que han sido permisionadas o concesionadas en toda la república.
- II. Conocer en todo momento el estado de vigencia de cada uno de los permisos y concesiones.
- III. Llevar una relación de los nombres de los permisionarios o concesionarios, sean personas físicas o morales, a fin de poder computar el número de concesiones o permisos que sean usufructuados por ellos, en virtud de lo que establecen los artículos 71 y 72 de esta ley.
- IV. Establecer y formar la estadística en materia de radio y televisión.
- V. Otros que establezca esta ley.

Artículo 70. Este Registro será público y podrá ser consultado en todo

momento, sin que medie condición alguna.

Artículo 71. Ninguna persona física o moral podrá detentar más del 3% de los permisos o concesiones, o la combinación de ambos.

A este respecto, bastará con la posesión de una sola acción para entenderse con derechos sobre la concesión.

Artículo 72. Cuando una persona moral posea más de una concesión o permiso o la combinación de ambas condiciones, serán computadas en lo individual a cada accionista o persona física que aparezca en las actas constitutivas.

Artículo 73. Cuando en razón de nulidad, caducidad o revocación de permisos provisionales o concesiones de terceros, una empresa, sin haber adquirido nuevos permisos provisionales o concesiones supere el porcentaje de que habla el artículo 71, no estará violando tal disposición, siempre que:

- a). Las causas de nulidad, caducidad o revocación sean imputables a quienes detentaban las emisoras de referencia.
- b). No haya mediado controversia entre concesionarios y/o entre permisionarios.
- c). Cuando la empresa en cuestión no incurra en los considerandos del artículo 9o. de la Ley Federal de Competencia Económica.

Artículo 74. Para los efectos de este capítulo, se computarán por igual permisos o concesiones de radio y televisión o la combinación de ambos medios.

Título Cuarto

Del público y los contenidos

Capítulo I

Del público

Artículo 75. Son derechos de los radio escuchas y de los televidentes:

- a). Ser informados veraz y oportunamente.
- b). Recibir información publicitaria de manera proporcional a la de tipo educativo, cultural, político, económico, de entretenimiento y de naturaleza similar.
- c). Ser informado y advertidos de los contenidos de los mensajes radiofónicos o televisivos, antes de su transmisión, de manera clara y oportuna.
- d). El respeto a su vida privada y a su reputación pública.
- e). El respeto a la libertad de elegir de manera secreta a los candidatos a puestos de elección popular.
- f). A expresar sus ideas en los programas o foros abiertos a la participación del público.
- g). El respeto a su condición física, económica, política, de profesión u ocupación, de preferencia sexual, étnica, de edad, de sexo, religión, grado de escolaridad y otras de naturaleza análoga.
- h). A ser informado sobre los avances de la técnica y la ciencia cuando ello conlleve una elevación de los niveles de salud y bienestar social y familiar.

i). Solicitar y hacer uso del tiempo oficial en radio y televisión, según se establece en el Capítulo III, de este Título.

j). Otros que por sus características o naturaleza promuevan la integración social y el desarrollo de la persona.

Artículo 76. Todo ciudadano podrá elevar una protesta ante el Consejo Nacional de Radio y Televisión, cuando considere y demuestre que estos u otros derechos le han sido violados.

Artículo 77. Toda persona, por sí o a través de la agrupación a la que pertenezca, podrá tener acceso a los medios de comunicación en los tiempos del estado, de acuerdo a los procedimientos que se establecen en el Capítulo III de este Título.

Artículo 78. Ninguna persona podrá hacer uso del tiempo oficial de que habla el artículo anterior y el capítulo correspondiente, cuando se trate de proferir insultos a las instituciones, a las autoridades o a particulares, así como cuando se trate de denunciar hechos, delictuosos o no, de los que no aporte pruebas de convicción o bien que exista la autoridad competente ante quien pueda presentar la denuncia de manera formal.

En este sentido no valdrá invocar la libertad de expresión como justificación a su pretensión.

Capítulo II

De la programación

Artículo 79. El derecho de informar y ser informado a través de la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna, ni de censura previa.

Artículo 80. La carta de programación de cualquier emisora tendrá el perfil que diseñen los permisionarios o concesionarios.

Podrá ser de carácter especializada o variada; en vivo o pregrabada, o la combinación de ambos formatos.

Se entenderá como programa en vivo, cuando la conducción se esté desarrollando en el momento de su transmisión, aún y cuando se apoye con contenidos previamente grabados; será pregrabada, cuando la continuidad y en general el contenido total de la emisión se hayan desarrollado en un momento distinto al de su transmisión.

Artículo 81. Las emisoras de radio y televisión gozarán de las prerrogativas que establece esta ley, en los casos siguientes:

- I. Cuando el 20% o más del tiempo total de transmisión esté dedicado a contenidos de orden social y económico con un perfil de información y difusión sobre mejoras a la producción agrícola, industrial y a la producción en general de bienes y servicios para el consumo interno o para la exportación; la promoción de la salud y la seguridad social; el análisis social y económico del país.
- II. Cuando el 20% o más de sus contenidos aborden aspectos políticos, electorales, judiciales, legales (nuevas leyes o reformas a las ya existentes) así como temas y sucesos análogos.
- III. Cuando el 20% o más de sus contenidos esté orientado hacia la información, la difusión de la cultura y la creatividad artística en la plástica, la música, las artes escénicas y cualesquiera otra manifestación que explote cualquier valor estético, así como contenidos de opinión.

- IV. Cuando se propicie el conocimiento, la difusión y la discusión de temas locales o regionales, así como el impulso a la creatividad de los artistas de su zona de influencia.

Estos porcentajes se sumarán en razón de su constancia en las transmisiones.

Artículo 82. Los concesionarios y/o permisionarios provisionales de emisoras de radio y televisión, están obligados a transmitir gratuitamente y de preferencia, sin importar los convenios sobre el tiempo oficial:

- I. Los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad del estado, la conservación del orden público y la seguridad de los habitantes de la República ante cualquier peligro cierto o probable de desastres naturales, epidemias, o cualquier asunto de similar magnitud.
- II. Los mensajes de embarcaciones o aeronaves que soliciten auxilio.

Queda prohibida la producción de mensajes publicitarios o de otra naturaleza, que imite o reproduzca cualquier situación de las comprendidas en los incisos que anteceden.

Artículo 83. Es obligación de los permisionarios provisionales o concesionarios advertir de una manera clara y oportuna, sobre el contenido de los programas, más aún cuando éstos contengan desnudos, violencia extrema, palabras consideradas impropias, representaciones de actos sexuales, violencia sexual, u otras de características similares.

Artículo 84. A cambio de lo estipulado en el artículo anterior, no se podrá mutilar, borrar o de alguna otra manera alterar el contenido original de los productos que se pretendan transmitir, sin la autorización expresa y por escrito de los creadores o productores o, en general, de quienes sean los titulares de

los derechos sobre la obra en cuestión.

Artículo 85. No podrá ser parte de la programación, ningún mensaje que sea interceptado por cualquier medio y que no esté destinado para el dominio público y que se reciba a través de aparatos de radio-telecomunicación.

Esta prohibición queda sin efecto cuando la información de referencia tenga que ver con la seguridad del estado, la vida de la población, la integridad física de las poblaciones u otra razón de similar importancia. En estos casos se procurará verificar la veracidad de la información y dar aviso a las autoridades competentes.

Artículo 86. Los programas de concursos, preguntas y respuestas y otros en que se ofrezca premios materiales o en numerario y en los que se solicite la participación del público, se estará a lo siguiente:

- I. Deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación a través de inspectores legalmente acreditados.
- II. No se vulneren en medida alguna los derechos consagrados en el artículo 75 de esta ley.

Artículo 87. Los programas de origen extranjero o los nacionales producidos en idioma diferente al español, deberán acompañar traducción simultánea por intérprete, con subtítulos o con cualquier otro medio que haga entendible al público hispanohablante el contenido del mensaje, aún y cuando los destinatarios de dichos mensajes, en razón del área de influencia de la emisora, de la potencia o de cualquiera otra causa, hablen y/o entiendan el idioma de que se trate.

Artículo 88. Las películas extranjeras y las nacionales habladas en idioma diferente al español, no podrán ser dobladas, sino que su traducción se incluirá

a manera de subtítulos en superimposición.

Artículo 89. Queda prohibida la transmisión de programas, promocionales, comerciales, reportajes y cualquier otro producto radiofónico o televisivo que haga apología de alguna secta o religión.

Se exceptúan de esta prohibición aquellos contenidos meramente informativos siempre y cuando vaya acompañado de información económica, política, deportiva, artística o de otra índole.

Los productos radiofónicos o televisivos a que alude el primer párrafo de este artículo, de más de veinte segundos de duración y hasta cinco minutos, deberán ser objetivos y analíticos y se transmitirán en razón de temas más generales de discusión o debate público.

Capítulo III

Del tiempo oficial

Artículo 90. El Estado mexicano se reserva para sí el uso de emisoras de radio y televisión, permisionadas o concesionadas, en un tiempo que no excederá del 10 por ciento, ni será menor del 5% del tiempo total de transmisión, computado en razón del horario permitido de transmisión.

Artículo 91. Este tiempo podrá ser continuo o discontinuo. El Instituto Nacional de Radio y Televisión establecerá los convenios con los permisionarios provisionales o los concesionarios a fin de establecer los horarios, los mecanismos y los apoyos a que haya lugar.

Artículo 92. El tiempo del Estado, de acuerdo con el artículo 10, inciso e), será administrado por el Instituto Nacional de Radio y Televisión, quien podrá cederlo a terceros de acuerdo a las consideraciones siguientes:

- I. Los partidos o asociaciones políticas, los ciudadanos, los estudiantes, los profesionistas, los investigadores, los creadores y cualesquiera otro sector de la sociedad, por sí o a través de la agrupación a la que pertenezcan, podrán solicitar el uso del tiempo oficial, haciendo una solicitud por escrito ante el Instituto, en el que se manifieste:
 - a). El nombre o razón social del solicitante.
 - b). La naturaleza del producto a transmitir.
 - c). La duración de cada emisión.
 - d). El número de emisiones.
 - e). La emisora en la que se desea transmitir.
 - f). El horario en que desea que se transmita su producto, razonando debidamente este punto.
 - g). Si el producto a transmitir está producido o si se requiere apoyo para la producción.
 - h). En su caso el costo aproximado de la producción y posibles fuentes de financiamiento.
- II. El Instituto, a través de la Subdirección de Comunicación, podrá convocar a concurso de asignación de tiempo oficial, debiendo consignar en la convocatoria correspondiente:
 - a). Perfil de los contenidos.
 - b). Número de emisiones que constituirán la serie.
 - c). Duración de cada emisión.
 - d). Emisora o emisoras en las que se pretende transmitir.
 - e). Apoyos técnicos que ofrece.

- f). Apoyos económicos que ofrece.
- g). Fecha límite de la convocatoria.
- h). Fecha de asignación.
- i). Fecha de inicio de las transmisiones.
- j). Causas de nulidad de participación.
- k). Forma de adjudicación y jurado que decidirá la asignación.

Las Secretarías de Estado y demás dependencias de la administración pública federal, estatal o municipal no quedan impedidas a poder concurrir con sus productos de comunicación por cualquiera de las dos vías antes enunciadas.

De acuerdo a los convenios celebrados, el Instituto canalizará y programará las producciones a que haya lugar.

Artículo 93. Cuando en razón de la demanda el tiempo oficial éste se vea saturado, los solicitantes entrarán a formar parte de una lista de espera que será desahogada en razón de la antigüedad de la solicitud.

Si habiéndosele concedido el tiempo solicitado, no presenta el material a transmitir o bien no solicite con oportunidad el apoyo de producción necesario, perderá su turno y para poder acceder de nueva cuenta al tiempo oficial, deberá elevar nueva solicitud y, en su caso, esperar turno.

El incumplimiento reiterado de lo estipulado en el párrafo anterior, no será motivo para negar el tiempo solicitado, sin embargo, para aceptar nueva solicitud, deberá acompañar el material a transmitir en el soporte correspondiente.

Artículo 94. El acceso al tiempo oficial no crea compromisos laborales con el Instituto, con el Consejo, con los permisionarios provisionales, con los

concesionarios o con alguna dependencia de la administración pública federal, estatal o municipal y no se podrá solicitar el pago de derechos.

Cuando los solicitantes pretendan utilizar el tiempo oficial para la transmisión de productos de comunicación de los que no sea propietario de los derechos, deberá anexar a la solicitud original o copia de la autorización correspondiente del titular de dichos los derechos, cualesquiera que sea su naturaleza.

Artículo 95. Para poder acceder al tiempo oficial, los interesados deberán observar normas de carácter técnico mínimas, en razón de convenios o disposiciones en la materia.

Artículo 96. En años electorales el Consejo Nacional de Radio y Televisión ordenará lo conducente a fin de que los partidos políticos puedan acceder, en igualdad de condiciones, a los tiempos del estado, en concordancia con el Título Tercero del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales.

Artículo 97. En el caso del artículo anterior y, en general, cuando las organizaciones y asociaciones civiles, de profesionistas, sindicales, de beneficencia o de cualquiera otra naturaleza, utilicen el tiempo oficial, lo harán para transmitir mensajes relacionados con los fines de su organización y no podrán en ninguna forma comercializar los espacios que les hayan sido concedidos.

Artículo 98. Las emisoras que regular y permanentemente estén enlazadas a otras, no podrán variar su programación en el tiempo convenido para uso oficial con las emisoras de la señal de origen.

Capítulo IV

De la publicidad

Artículo 99. Los contenidos publicitarios o de promoción que se transmitan a través de la radio y la televisión, se ajustarán a las siguientes bases:

- I. El tiempo destinado a estos propósitos no podrá exceder del diez por ciento del tiempo total de transmisión.
- II. Los cortes para incluir la propaganda comercial dentro de la programación, estarán separados por lo menos de diez minutos continuos de los contenido programáticos.
- III. Cuando se trate de productos pensados en función de otros medios diferentes a la radio y la televisión no podrán hacerse cortes publicitarios o promocionales. En este caso se autoriza la transmisión continua del diez por ciento a que hace referencia la fracción I de este artículo, en uno o dos cortes, al inicio y/o al final del producto.
- IV. Cuando se trate de películas u otros materiales a los que alude la fracción anterior, se podrá usar publicidad en superimposición durante la transmisión del programa, siempre y cuando la imagen publicitaria —fija o en movimiento—, no ocupe más del 15 por ciento de la superficie total de la pantalla y siempre que no interfiera con subtítulos u otro tipo de información visual o auditiva que dificulte o entorpezca el entendimiento y la continuidad del producto en cuestión.
- V. Para hacer propaganda o publicidad de loterías, rifas, sorteos y otros que con otros nombres impliquen la participación del público en juegos con premios materiales

o en dinero o la representación de éste, se requiere que estos hayan sido previamente autorizados por la Secretaría de Gobernación.

Artículo 100. Los concesionarios o permisionarios provisionales de emisoras para señales restringidas de radio o televisión, sea por cualquier recurso técnico, y cuando se cobre el servicio por suscripción, bonos, cooperación o cualquier otro modo que implique el pago de la señal, no podrán incluir dentro de su programación propaganda comercial.

Sólo podrá incluirse la promoción que el Instituto autorice en razón del uso del tiempo oficial en las modalidades que para tal efecto se hayan convenido con los permisionarios y concesionarios.

Artículo 101. Los permisionarios o concesionarios de televisión por cable u otra modalidad técnica que explote comercialmente uno o varios canales considerados como de servicio complementario a que hacer referencia el artículo 52 de esta ley, no podrán interferir con publicidad comercial propia, intercalada en la programación procedente de las estaciones de origen.

Artículo 102. Los sistemas de radio o televisión restringidos que exploten como servicios complementarios, señales con programación generada en el extranjero, no están obligados a cumplir con el tiempo y las modalidades de contenidos publicitarios a que hace referencia el artículo 99 que antecede. Pero deberán sustituirla con mensajes de promoción artística, de salud, deportiva o de naturaleza similar.

Artículo 103. Quedan prohibidas las ventas directas a través de los medios de que trata esta ley.

Artículo 104. Ninguna permisionaria o concesionaria de señales restringidas podrá utilizar como servicio complementario, señales en que el 100% de sus contenidos esté destinado a la venta de bienes o servicios a través de la radio o

la televisión.

Artículo 105. Ninguna emisora podrá transmitir publicidad o promoción vinculada con organizaciones o asociaciones religiosas.

Capítulo V

De las transmisiones de eventos que requieren autorización del Consejo Nacional de Radio y Televisión

Artículo 106. Requieren permiso especial del Consejo Nacional de Radio y Televisión, todos aquellos eventos, actos, espectáculos y productos radiofónicos o televisivos o de otra naturaleza que por su contenido atenten contra los derechos de los televidentes o radioescuchas o que puedan ser lesivos a la seguridad del estado o de las instituciones.

Artículo 107. Los actos o celebraciones de orden religioso requerirá permiso especial.

Artículo 108. Para transmitir cualquier acontecimiento de los considerados en los dos artículos anteriores, el permisionario o concesionario presentará por escrito una solicitud con por lo menos 15 días de anticipación a la fecha en que se vaya a llevar a cabo la transmisión o el evento, indicando lugar de la celebración, fecha, hora de inicio y hora de finalización, naturaleza del evento y persona responsable de la transmisión.

El Consejo, o en su caso el Instituto Nacional de Radio y Televisión podrán otorgar o denegar la autorización, emitiendo resolución en los cinco días siguientes a la presentación de la solicitud. Si transcurrido dicho plazo no hay resolución en contrario, la transmisión queda autorizada.

Capítulo VI

De la transmisión de programas originados en parte distinta al territorio nacional

Artículo 109. La transmisión de programas o eventos originados en el extranjero no requerirá de permiso especial, cuando no se trate de lo señalado en los artículos 106 y 107.

Artículo 110. La comercialización como servicios complementarios a que alude el artículo 52 de esta ley, de señales originadas en otras naciones, sólo se hará del conocimiento del Instituto Nacional de Radio y Televisión, siempre y cuando sus contenidos no contravengan lo dispuesto en esta ley.

Artículo 111. No podrán explotarse comercialmente, aún como servicio complementario, las emisoras de origen extranjero que tengan como finalidad la apología de secta o religión alguna o que se dedique a la comercialización por radio o televisión, de productos extranacionales.

Artículo 112. Esta ley, en concordancia con lo estipulado en la Ley Federal de Derechos de Autor, velará por la defensa y garantía de los derechos a que se alude, y vigilará porque los convenios que en este sentido signe nuestro país, se respeten cabalmente, en razón de los derechos involucrados en las transmisiones internacionales y aún las nacionales.

Artículo 113. También velará por la protección de los derechos de los conacionales en el extranjero, cuando se trate de transmisiones originadas en nuestro país, y captadas libre o comercialmente en el territorio de otras naciones.

Capítulo VII

De los locutores e informadores

Artículo 114. En las transmisiones de radio y televisión solamente podrán participar locutores o informadores con certificado de aptitud debidamente acreditado ante el Instituto Nacional de Radio y Televisión.

Artículo 115. Sólo en casos excepcionales, el Instituto podrá autorizar la participación de locutores o informadores extranjeros.

Artículo 116. Las escuelas y facultades de la República podrán expedir certificados de aptitud a sus egresados en las carreras de periodismo, comunicación social, ciencias de la comunicación u otras que con nombre distinto tengan como finalidad la formación de recursos humanos en el área de la comunicación y/o la información.

Para ello, las escuelas o facultades deberán solicitar autorización para tal fin ante la Secretaría de Educación Pública.

Artículo 117. Los locutores e informadores serán responsables y responderán en todo momento, de los perjuicios que puedan ocasionar a terceros en el ejercicio de su trabajo, por querrela presentada ante el Consejo Nacional de Radio y Televisión, sin perjuicio de responder ante autoridades penales o administrativas legalmente constituidas.

Título Quinto

De los delitos, recursos, infracciones y sanciones

Capítulo I

De los delitos

Artículo 118. Son delitos cometidos a través de la radio y la televisión, los tipificados en Código Penal Federal, los delitos en materia electoral y los de otra naturaleza sancionados en otros cuerpos legales.

Capítulo II

De los recursos

Artículo 119. Cuando la resolución del Consejo Nacional de Radio y Televisión niegue el permiso provisional para operar, el solicitante podrá presentar el recurso de reconsideración ante el mismo órgano que la desechó, argumentando lo que a sus intereses convenga y presentando los documentos y pruebas conducentes.

Este recurso deberá hacerse valer dentro de los siguientes 15 días posteriores a la notificación o a partir de la publicación de la resolución en el Diario Oficial de la Federación.

Artículo 120. El recurso de reconsideración podrá hacerse valer en casos en que se niegue la concesión solicitada según los artículos 39 y 40 de esta ley.

Artículo 121. Los partidos o asociaciones políticas, las asociaciones civiles, de profesionistas, los sindicatos o bien los ciudadanos en lo particular, podrán interponer recurso de queja ante el Consejo Nacional de Radio y Televisión cuando crean vulnerados sus derechos.

Artículo 122. Se concede acción popular para denunciar actos violatorios a la presente ley y su reglamento.

Capítulo III

De las infracciones y sanciones

Artículo 123. La persona física o moral que mediante engaños solicite y en su caso obtenga permiso provisional y/o concesión de radio o televisión, violando el artículo 45 de la presente ley, perderá en favor de la nación las instalaciones, el equipo y demás elementos materiales que conformen el haber de la frecuencia, canal o sistema en cuestión.

Asimismo se impondrá una multa de 10,000 a 50,000 salarios mínimos diarios vigentes en el Distrito Federal.

Artículo 124. Las acciones y participaciones de personas o empresas extranjeras que concurren en la posesión de un permiso provisional o una concesión, se perderán en favor de la Nación sin mediar indemnización alguna.

Artículo 125. Será causa de amonestación y multa de 300 a 1,500 salarios mínimos vigentes en el Distrito Federal a quienes atenten, y el hecho sea demostrado ante el Consejo Nacional de Radio y Televisión, contra los derechos de los radioescuchas y televidentes, de acuerdo con el artículo 75 de esta ley.

Artículo 126. La violación al artículo 54 se sancionará con el decomiso del equipo y demás bienes muebles e inmuebles que se utilicen o hayan utilizado o pretendan utilizar, para usufructuar algún medio de comunicación de los tutelados por esta ley.

Artículo 127. La violación al artículo 71 de esta ley obligará a la persona física o moral a:

- I. Enajenar sus derechos sobre los permisos o concesiones, de acuerdo a los procedimientos y limitantes establecidos en esta ley.
- II. Perder en beneficio de la nación los bienes muebles e inmuebles correspondientes a tantas concesiones o permisos provisionales sean necesarios para solventar su situación.

Artículo 128. La reincidencia a la violación del artículo 71 de esta ley suspenderá todo derecho del infractor a solicitar, en el presente o en el futuro, permiso provisional o concesión, en su caso; le serán revocados los permisos provisionales y las concesiones que detente y perderá en beneficio de la nación los bienes involucrados.

Cuando se trate de miembros de empresas por acciones, perderá en beneficio de la nación las acciones, que serán rematadas y su importe se destinarán al financiamiento de programas y productos de radio y televisión que hayan sido solicitados en tiempo oficial y que requieran de apoyos para la producción.

Título Sexto

De las prerrogativas

Capítulo Unico

Artículo 129. Son prerrogativas de los permisionarios provisionales y de los concesionarios:

- I. Poder acceder a nuevos permisos provisionales y en su caso a nuevas concesiones.
- II. Poder gozar del régimen fiscal especial, que se establezca

en las leyes de la materia.

III. Disfrutar de franquicias postales y telegráficas a nivel nacional, para el cumplimiento de sus funciones.

IV. Participar del financiamiento público a que alude el artículo 128 de esta ley.

Estas prerrogativas serán concedidas en función de los considerandos establecidos en las fracciones I, II, III y IV del artículo 81 de esta ley.

Artículo 130. Las prerrogativas así adquiridas se perderán cuando desaparezcan los motivos que les dieron origen.

Transitorios

Artículo primero. Esta ley entrará en vigor al día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Artículo segundo. Se deroga la Ley Federal de Radio y Televisión de 19 de enero de 1960; el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, de 4 de abril de 1973; el Reglamento del Servicio de Televisión por Cable, de fecha de publicación de 18 de enero de 1979, así como todas las disposiciones que se opongan a la presente ley.

Artículo tercero. El Ejecutivo Federal promoverá las reformas conducentes a fin de establecer e instalar en su caso, las instituciones emanadas de la presente ley.

Artículo cuarto. En tanto el Ejecutivo Federal remita al Congreso de la Unión y éste apruebe el Reglamento a la presente ley, seguirá en vigor la que por disposición del artículo segundo de estos transitorio se deroga, en tanto no se oponga a la presente ley.

Artículo quinto. Los permisionarios que el día de la entrada en vigor

cumplan o hayan cumplido un año de funcionamiento, deberán solicitar concesión, en los términos establecidos en la presente ley, en un plazo no mayor de 30 días hábiles. Quienes no se acojan a este beneficio, perderán los derechos adquiridos y los permisos serán nulos.

Artículo sexto. Las personas físicas o morales que participen o posean intereses en más del 3% de las concesiones o permisos que actualmente operan en el país, no perderán los derechos hasta ese momento adquiridos, pero se estará a lo dispuesto por la presente ley en todas las condiciones aquí reguladas.

Artículo séptimo. Las concesiones concedidas con apego a la ley que se deroga, terminarán su vigencia, pero no podrá por ningún motivo refrendarse, aún y cuando haya sido concedida por un sólo período de tiempo.

Fuentes

- Acosta, Magdalena. En defensa de la televisión pública. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XVI.
- Alva de la Selva, Alma Rosa. Definitoria herramienta propagandística. TV: EL VOTO ELECTRONICO. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, Año VII, No. 37, octubre-noviembre de 1994, pp. 9-11.
- Alva de la Selva, Alma Rosa. El debate resalta el papel estratégico de los medios. IDEAS Y FIGURAS POLITICAS ANTE LA PANTALLA CHICA. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VI, núm. 35, junio-julio de 1994, pp. 16-18.
- Alva de la Selva, Alma Rosa. La TV mexicana: eficaz antídoto contra la inquietud crítica. LA DIVERTIDA CAJA ELECTRONICA DEL '94. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, Año VI, No. 33, enero-marzo de 1994, pp. 40-42.
- Andrade Sánchez, Enrique. Artículo 60. Comentarios. En: *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada*. México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Primera Edición, 1985, pp. 17-21.
- Anónimo. Aprueba el Senado participación de la IP en telecomunicaciones. En: *Cambio de Michoacán*. México, 27 de abril de 1995, p. 12.
- Anónimo. Duelo de imágenes. En: *Comunicación MEDIA*. México, año 1, núm. 9, octubre de 1994, p. 38.
- Anónimo. Entrevista. José Gutiérrez Vivó. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 4, octubre de 1992, pp. 30, 34-35.
- Anónimo. Envía el Ejecutivo ley para concesionar telecomunicaciones. En:

- Cambio de Michoacán*. México, 25 de abril de 1995, p. 14.
- Anónimo. Irregularidades en las elecciones más limpias de México. En: *El Financiero*. México, 18 de septiembre de 1994, p. 48.
- Anónimo. La televisión, peligro para la democracia: Karl Popper. En: *El Financiero*. México, 19 de septiembre de 1994, p. 105.
- Anónimo. Las Telecomunicaciones en el TLC. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 4, octubre de 1992, pp. 41 y 43.
- Anónimo. Más entretenimiento: Millonaria fusión de Time Warner y Turner Broadcasting. En: *La Jornada*. México, número 3967, 23 de septiembre de 1995, p. 44.
- Anónimo. Multas de 10 millones a Antena 3 y Tele 5 por exceso de publicidad. En: *El País, edición México*. México, 17 de febrero de 1995, p. 35.
- Anónimo. Para Democratizar la Comunicación. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. III.
- Anónimo. Piden reformar la ley de radio y televisión. En: *Siglo 21*. Guadalajara, Jal. 5 de junio de 1994, pág. 21.
- Anónimo. Plasman a sus personajes favoritos en artículos escolares. Propician el Consumismo en los Niños. En: *El Financiero*. México D.F., 8 de septiembre de 1994, p. 38.
- Anónimo. Posturas encontradas en torno a legislar derecho a la información. En: *La Voz de Michoacán*. México, 12 de junio de 1995, p. 26-A.
- Anónimo. Se manifiestan por legislar sobre el derecho a la información. En: *Cambio de Michoacán*. México, 2 de junio de 1995, p. 6.
- Anónimo. Se pronuncian periodistas por constituir un marco jurídico para los medios. En: *La Voz de Michoacán*. México, 5 de noviembre de 1994, pp. 16-17 "A".
- Anónimo. Sí a las Radios. En: *El Financiero*. México, 19 de octubre de 1994, p. 57.
- Anónimo. Sin permiso de la SCT Alianza Cívica Contará con su Estación de

- Radio. En: *El Financiero*. México, 19 de octubre de 1994, Sección Centro. p. V.
- Anónimo. *TeleVerdad*, cuestionamiento a la política estatal de medios. En: *Unomásuno*. México, sección Ciencia, Cultura y Espectáculos, 23 de septiembre de 1994, p. 31.
- Anónimo. Televisa se Globalizó. En: *EPOCA, Semanario de México*. México, No. 82 Edición especial, 28 de diciembre de 1992, p. 40.
- Anónimo. Una radio ciudadana. En *Comunicación MEDIA*. México, año 1, núm. 9, octubre de 1994, p. 37.
- Ares, Carlos. Umberto Eco: "La televisión estimula una sociedad de impotentes y mirroses". En: *El País. Edición México*. (suplemento *La Cultura*), 25 de junio de 1994. p. 26.
- Arredondo Ramírez, Pablo. La libertad de prensa y sus laberintos. En: *Siglo 21*. Guadalajara, Jal., 9 de junio de 1994. p. 2.
- Azuela Güitrón, Mariano, et al. Artículo 6o. En: *Constitución Comentada*. México, Edición del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), 1985, p. 19.
- Azuela Güitrón, Mariano, et al. Artículo 7o. En: *Constitución Comentada*. México, Edición del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), 1985, pp. 19-20.
- Azuela Güitrón, Mariano, et al. Artículo 28. En: *Constitución Comentada*. México, Edición del Colegio Nacional de Educación Profesional Técnica (CONALEP), 1985, pp. 56-59.
- Bagdikian, Ben H. Los señores de la Aldea Global. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 4, octubre de 1992, pp. 14-23.
- Bautista, Juan. ¿Signos de apertura? EN MEDIO DEL DEBATE. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VI, núm. 35, junio-julio de 1994, p. 19.
- Benítez, César. Pantalla Casera: Un sexenio de TV, ¿y ahora qué? En: *unomásuno*. México, 29 de noviembre de 1994, p. 24.
- Bogart, Leo. El control de los medios de comunicación colectiva. En: *Los*

- Medios de Comunicación Colectiva*. Jaime Goded (compilador). México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Serie Lecturas. 1976, pp. 151-159.
- Bohmann, Karin. Análisis de estructuras. 2. Radio y Televisión. En: *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Colección "Los Noventas", México, coedición del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Alianza Editorial Mexicana, 1a. edición en español 1989, pp. 177-214.
- Bohmann, Karin. Desarrollo de los medios. 2. Radio y Televisión. En: *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. Colección "Los Noventas", México, coedición del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y Alianza Editorial Mexicana, 1a. edición en español 1989, pp. 87-121.
- Burke, Richard C. Análisis de la audiencia: ¿quién oye los programas? En: *El uso de la radio en la Alfabetización de Adultos*. España, Primera edición, 1976, pp. 39-45.
- Burke, Richard C. El uso de la radio en la alfabetización (notas del director de edición). En: *El uso de la radio en la Alfabetización de Adultos*. España, Primera edición, 1976, pp. 17-22.
- Burke, Richard C. ¿Por qué la radio? En: *El uso de la radio en la Alfabetización de Adultos*. España, Primera edición, 1976, pp. 31-37.
- Bustos Romero, Olga. ¿Negocio o espacio de entretenimiento y cultura? POR LOS CAMINOS DE LA TELENOVELA MEXICANA. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VI, núm. 35, junio-julio de 1994, pp. 42-44.
- Cardo, Dolores. El bombardeo publicitario en televisión se incrementó un 37% en tres años. En: *El País, edición México*. México, 17 de febrero de 1995, p. 35.
- Cardoso, Víctor. En stand by desde el 85, las solicitudes de Televisa, señala la empresa. LAS CONCESIONES, ACORDES CON PROGRAMAS DE LA SCT. En: *La Jornada*. México, 1 de septiembre de 1994, pp. 3-4.

- Cardoso Orozco, Víctor Mateo. Ideas para una nueva Ley de Radio y Televisión. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XIII.
- Centro Promotor de la Radio Comunitaria en México. Criterios para una Ley de Radio Comunitaria en México. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XV.
- Clavé Almeida, Eduardo. El Primer paso. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. III.
- Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales. En: *Cuadernos de Derecho*. Vol. II, No. 2, junio de 1994, Morelia, Mich.
- Cordera Campos, Rolando. Democracia Política y Medios de Comunicación. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 2, junio de 1992, pp. 24-29.
- Coordinadora de Asociaciones de Periodistas del Estado de México. Una Ley para Medios. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XI.
- Cortés-Schöler, Félix. La FBI evalúa la catástrofe de Waco. ¿El fin de la Pesadilla? En: *EPOCA, Semanario de México*. México, núm. 99, 26 de abril de 1993, p. 51.
- Cremoux, Raúl. La participación de la radio y la televisión en la difusión de la cultura nacional. En: *La Legislación Mexicana de Radio y Televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, primera edición, 1982, pp. 163-169.
- Cremoux, Raúl. Ley Federal de Radio y Televisión. En: *La Legislación Mexicana de Radio y Televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, primera edición, 1982, paginación variada.
- Cremoux, Raúl. Mirada Global. En: *La Legislación Mexicana de Radio y Televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, primera edición, 1982, pp. 171-176.
- Cremoux, Raúl. Obstáculos de la radio y la televisión en la difusión de la cultura.

- En: *La Legislación Mexicana de Radio y Televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, primera edición, 1982, pp. 153-161.
- Cremoux, Raúl. Propuesta de fondo. En: *La Legislación Mexicana de Radio y Televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, primera edición, 1982, pp. 177-179.
- Cremoux, Raúl. Reglamento relativo al contenido de las emisiones, expedido por la Secretaría de Gobernación. En: *La Legislación Mexicana de Radio y Televisión*. México, Universidad Autónoma Metropolitana, primera edición, 1982, paginación variada.
- Cruz de Blas, Antonio. Enrique Quintana. La renuncia y su verdad. En: Página uno. suplemento del periódico Uno más uno. México, 4 de septiembre de 1994, pág. 12.
- Cuevas Teja, Adolfo. Hacia un Marco Legal Independiente y Democratizador. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XIV.
- Charles C., Mercedes. La Telecracia. En: *Fem*. México, Año 18, No. 139, septiembre de 1994, pp. 36-37.
- Decreto por el que se reforman los artículos 6 en su fracción I, 27, 83, 84, 86 y 87 y se adicionan los artículos 85, 88 y 89 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 6 de abril de 1990.
- Decreto por el que se reforman los artículos 60, 83, 84, 86 y 87 del Reglamento del Servicio de Televisión por Cable. Publicado en el Diario Oficial de la Federación el 18 de agosto de 1980.
- De Lima, Venicio A. La Construcción de un Presidente. En: *InterMEDIOS*. México, número 5, diciembre de 1992, pp. 24-35.
- Del Castillo Patricia. Telenovelas muy *open mind*. En: *Siglo 21*. Guadalajara, Jal., 10 de junio de 1994, p. 15.
- Enzensberger, Hans Magnus. Integrantes de una teoría de los medios masivos de comunicación. En: *Los Medios de Comunicación Colectiva*.

- Jaime Goded (compilador). México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Serie Lecturas. 1976, pp. 67-70, 75-79, 83-85.
- Espíritu, Jorge Orlando. Redefinir Fronteras para Permisos y Convesiones. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XIV.
- Estatutos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. En: *Cuadernos Michoacanos de Derecho*. México, Año IV, No. 40, agosto de 1991, 161-189.
- Estefanía, Joaquín. La Prensa del Siglo XXI. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 5, diciembre de 1992, pp. 10-13.
- Esteinou Madrid, Javier. La Cultura y la Comunicación ya no Pueden Concebirse en Términos Instrumentales. NUEVA COMUNICACION Y SOBREVIVENCIA HUMANA. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, Año VII, No. 37, octubre-noviembre de 1994, pp. 39-41.
- Fernández C., Claudia. Trazos y zarpazos de un magnate: "El Tigre" Azcárraga. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VII, núm. 37, octubre-noviembre de 1994, pp. 5-8.
- Fernández Christlieb, Fátima. Los Nuevos Tiempos Fiscales y Legales: Una Responsabilidad Compartida. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XIII.
- Fiallo, Delia. Vida y Pasión de la Telenovela I. En: *El Financiero*. México, D.F., 8 de septiembre de 1994, p. 61.
- Fiallo, Delia. Vida y Pasión de la Telenovela II. En: *El Financiero*. México, D.F., 9 de septiembre de 1994, p. 57.
- Fraga Juárez, Raúl. La encrucijada de los medios. En: *Comunicación MEDIA*. México, año 1, núm. 9, octubre de 1994, pp. 40-41.
- Hernández Aguilar, Gabriel. Los Medios: un fenómeno diverso. En: *De la Radio al Discurso Radiofónico*. México, co-edición Universidad

- Autónoma de Puebla-Plaza y Valdés Editores, primera edición 1989, pp. 17-36.
- García, Carina, *et al.* Del Derecho a la Información y sus implicaciones. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. X.
- García Calderón, Carola. ¿Por qué reglamentar la publicidad?. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XVII.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Ley 4/1980, de 10 de enero, De Estatuto de la Radio y la Televisión. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 338-357.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Ley 31/1987, de 18 de diciembre, De ordenación de las Telecomunicaciones. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 293-338.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Real Decreto 1.615/1980, de 31 de julio, por el que se dictan disposiciones en cumplimiento y desarrollo del Estatuto de la Radio y la Televisión. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 357-362.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Real Decreto 2.648/1978, de 27 de octubre, por el que se Aprueba el Plan Técnico Nacional de Radiodifusión Sonora. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 363-367.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Real Decreto 3.302/1981, de 18 de diciembre, por el que se Regulan las Transferencias de Concesiones de Emisoras de radiodifusión. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 466-467.

- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Ley 11/1991, de 8 de abril, De Organización y Control de las Emisoras Municipales de Radiodifusión Sonora. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 468-470.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Real Decreto 1.273/1992, de 23 de octubre, Por el que se Regula el Otorgamiento de Concesiones y la Asignación de Frecuencias para Explotación del Servicio Público de Radiodifusión Sonora en Ondas Métricas con Modulación de Frecuencias por las Corporaciones Locales. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 471-477.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Ley Orgánica 10/1988, de 3 de mayo, de Televisión Privada. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 479-491.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Real Decreto 1.362/1988, de 11 de noviembre, por el que se aprueba el Plan Técnico Nacional de Televisión Privada. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 491-505.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Pliego de bases del concurso para la adjudicación del servicio público de televisión, en gestión directa, y cláusula de explotación del mismo. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 506-526.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Pliego de Cláusulas de Explotación del Servicio Público de Televisión por Satélite para la Emisión de programas con Cobertura Nacional o Comunitaria, en Gestión Indirecta, y Cláusulas de Explotación del mismo. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 546-563.

- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Ley 35/1992, de 22 de diciembre, de la Televisión por Satélite. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 527-530.
- Gómez-Reino, Enrique y García Llovet, Enrique (compiladores). Reglamento Técnico y de Prestación del Servicio de Televisión por Satélite y del Servicio Portador Soporte del Mismo. En: *Legislación Básica de Derecho de la Información*. España, Editorial Tecnos, 2a. edición, 1994, pp. 534-543.
- González Barrón, Socorro. Después de todo, los medios no median tanto ¿o sí? En: *La Voz de Michoacán*. México, 2 de septiembre de 1994, p. 13-B.
- González Jiménez, Ariel. DEMOCRACIA Y NEBLINA RADIOFONICA: las elecciones del dos de agosto escuchadas desde la radio. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 4, octubre de 1992, pp. 70-73.
- Gutiérrez Espíndola, José Luis. Pluralidad para los medios: Fernando Mejía Barquera (entrevista). En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año I, núm. 4, marzo-abril de 1989, pp. 29-32.
- Huerta, Francisco. Periodismo Civil y Servicio Social. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. VII.
- Jalife, Alfredo. Karl Popper. EL NEO-TOTALITARISMO DE LA TELECRACIA. En: *Unomásuno*, suplemento Página Uno No. 677. México, 25 de septiembre de 1994, p. 14 del suplemento.
- Jardón, Raúl. La Disputa por los Medios. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. IV.
- Jardón, Raúl. Legislación obsoleta y restrictiva en materia de comunicación social. LEYES PARA LA LIBERTAD. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VII, núm. 37, octubre-noviembre de 1994, pp. 25-27.
- Jiménez, Pilar. "Hoy se critica abiertamente al presidente y no pasa nada"

- (entrevista con Ernesto Villanueva). En: *El País, edición México*. Sección México. México, 24 de julio de 1994, p. 3.
- Juárez, Miguel Angel y Medina, Julieta. Demandan que se legisle derecho a la información. En: *Reforma*. México, 4 de junio de 1995, p. 4.
- Junco, Alejandro. La Información en México: ¿Privilegio de pocos o patrimonio de muchos? En: *Reforma*. México, 4 de junio de 1995, p. 4.
- Ley de Competencia Económica. Diario Oficial de la Federación. México, 24 de diciembre de 1992, pp.9-15.
- Ley de Vías Generales de Comunicación. En: *Cuadernos Michoacanos de Derecho*. México, año IV, núm. 41, septiembre de 1991.
- Ley Federal de Competencia Económica. En: *Diario Oficial de la Federación*. México, 24 de diciembre de 1992, pp. 9-12.
- Ley Federal de Protección al Consumidor. En: Cuadernos de Derecho. México, ABZ Editores, núm. 10, marzo de 1995, pp. 46, 49 y 50.
- Ley Federal de Radio y Televisión. En: *Cuadernos Michoacanos de Derecho*. México, año IV, núm. 40, agosto de 1991.
- Ley General de Salud. Título Decimotercero. Publicidad. En: Cuadernos de Derecho. México, ABZ Editores, núm. 12, mayo de 1995, pp. 31-32.
- López Martínez, Juan Manuel. TELEVISIA: otra versión de la historia. En: *Comunicación MEDIA*. México, Año 1, No. 12, enero de 1995, pp. 17-19.
- Madrazo, Jorge. Artículos 27 y 28. Comentarios. En: *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada*. México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Primera Edición, 1985, pp. 66-83.
- Madrazo, Jorge y Orozco Henríquez, J. Jusús. Artículo 7o. Comentarios. En: *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos Comentada*. México, UNAM, Instituto de Investigaciones Jurídicas, Primera Edición, 1985, pp. 21-24.
- Márquez Melgoza, Daniel. TV, la Estupidez Organizada. En: *La Voz de Michoacán*, Morelia, Mich., 12 de octubre de 1994, p. 18-A.

- Martín-Barbero, Jesús. Comunicación e Imaginarios de la Integración. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 2, junio de 1992, pp. 6-11.
- Martínez, Verónica. Radio Solidaridad de Aguascalientes. PECULIAR EXPERIENCIA RADIOFONICA. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VI, núm. 35, junio-julio de 1994, p. 55.
- Medina Viedas, Jorge. Democracia Vs. Populismo Demagógico (entrevista con Fernando Savater) En: *InterMEDIOS*. México, núm. 3, agosto de 1992, pp. 24-29.
- Medina Viedas, Jorge. Los Medios y la Nueva Política. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 2, junio de 1992, pp. 62-69.
- Mejía Barquera, Fernando y Sosa Plata Gabriel. Radio Digital y Televisión de Alta Definición en México. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 5, diciembre de 1992, pp. 36-47.
- Mejía Barquera, Fernando y Villalba, Patricia. Satélites Morelos: balance y perspectivas. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, Año I, No. 4, marzo-abril de 1989, pp. 37-41.
- Meléndez, Jorge. Exigencia de pluralidad y equilibrio en la información. DEMOCRACIA DESDE LOS MEDIOS. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VI, núm. 35, junio-julio de 1994, pp. 20-21.
- Méndez, Lucía Palmira. Un Acercamiento a la Legislación de los Medios. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. VI.
- Neumann Aranzubia, Brunhilde. Revertir la Tendencia Mercantilista. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. IV.
- Moles, Abraham A. La radiotelevisión al servicio de la promoción sociocultural. En: *Los Medios de Comunicación Colectiva*. Jaime Goded (compilador). México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Serie Lecturas. 1976, pp. 234-246.
- Moncada, Gerardo. Jugar con la televisión: la TV interactiva permite a los

- espectadores concursar desde su casa. En: *El País, edición México*. sección México. México, 23 de marzo de 1995, p. 5.
- Montaño, Martínez, Alejandro. IMER: Alternativa radiofónica. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 2, junio de 1992, pp. 70-73.
- Mora Tavares, Eduardo. El Infierno de los fanáticos. En: *EPOCA, Semanario de México*. México, núm. 99, 26 de abril de 1993, pp. 52-53.
- Morales Gutiérrez, Gina, Manifiesta oposición a una ley mordaza de ponentes en el foro sobre comunicación. En: *Cambio de Michoacán*. México, 27 de junio de 1995, p. 2.
- Muñoz Estrada, Jorge Eduardo. Los graves riesgos de la televisión regional. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año I, núm. 4, marzo-abril de 1989, pp. 33-36.
- Musacchio, Humberto. Radio y tv: cambiarlo todo (entrevista a Alberto Ennis). En: *VOZ Y VOTO, política y elecciones*. México, número 22, enero de 1995, pp. 34-37.
- Olmos Cruz, Alejandro. Berlusconi: un magnate de la Tv convertido en político. EL TELEFASCISMO DE "FORZA ITALIA". En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VI, núm. 35, junio-julio de 1994, pp. 28-29.
- Orozco Gómez, Guillermo. La Tv nos interpela y desafía. LA MONOPO-LIZACION TELEVISIVA DE LOS COMISIOS. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VII, núm. 37, octubre-noviembre de 1994, p. 17.
- Ortiz, Alicia. Obsoleta y anacrónica la ley de radio y tv. En: *Comunicación MEDIA*, suplemento "Medios y Poder". México, año 1, núm. 4, enero de 1995, pp. 3-5.
- Ortiz Garza, José Luis. Legislar para ciudadanos y no sólo para consumidores. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XVIII.
- Ortiz González, Horacio. El TLC y los Medios de Comunicación. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 5, diciembre de 1992, pp. 80-83.

- Ortiz, Horacio. OPINION. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 4, octubre de 1992, pp. 78-81.
- Ramos Espinosa, Ignacio, Herrera Peña, José (comentariastas). Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales Comentado. Edición de la Secretaría de Gobernación. México, 1991. pp. 120-126.
- Reglamento del Servicio de Televisión por Cable. Diario Oficial de la Federación, 18 de enero de 1979, pp. 12-21.
- Rentería Villa, Gustavo. No a la venta de concesiones. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XII.
- Rey, Germán. Los Instrumentos de la Levedad. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 6, febrero-abril de 1993, pp. 30-37.
- Rey, Germán. Los Hechizos del Mercado. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 3, agosto de 1992, pp. 6-13.
- Riva Palacio, Raymundo. La Democracia pasa por los medios. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. suplemento *Bitácora*. México, año VII, núm. 37, octubre-noviembre de 1994, p. 8.
- Roa Ortiz, Emmanuel. Comunicación, Información y Derecho. En: *Cuadernos Michoacanos de Derecho*. México, Año IV, No. 40, agosto de 1991, 193-209.
- Robina B., Soledad. El debate televisivo. LA NUEVA PROPAGANDA POLITICA. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VI, núm. 35, junio-julio de 1994, pp. 11-15.
- Romo Gil, María Cristina. Esbozo histórico de la radio. En: *Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio*. México, Editorial Diana, 1a. edición, 3a, reimpresión, 1991, pp. 31-45.
- Santos P., Jaime. Información, medios y televidentes. En: *unomásuno*. México, 19 de septiembre de 1994, p. 3.
- Sauvageau, Florian. Canadá y la Aldea Global. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 3, agosto de 1992, pp. 58-63.

- Schaeffer, Pierre. El Triángulo de la Comunicación. En: *Los Medios de Comunicación Colectiva*. Jaime Goded (compilador). México, UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Serie Lecturas. 1976, pp. 34-66.
- Sosa Plata, Gabriel. Novedosas transformaciones desplegará esta nueva tecnología. RADIO SONORA DIGITAL: UN RECORRIDO POR EL MUNDO. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VII, núm. 37, octubre-noviembre de 1994, pp. 28-33.
- Tomic, Mirjana. La prensa se lee poco y mal: Raúl Trejo (entrevista). En: *El país, edición México*. Sección México. México, 13 de marzo de 1995, pp. 1 y 3.
- Trejo Delarbre, Raúl. La Expresión Pública. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 3, agosto de 1992, pp. 14-23.
- Trejo Delarbre, Raúl. Nuestra Televisión: Cantidad no es Calidad. En: *InterMEDIOS*. México, núm. 6, febrero-abril de 1993, pp. 38-45.
- Vargas Guajardo, Adrián. "Están las Condiciones para Generar su Demanda": TELEVISION RESTRINGIDA POR AIRE. En: *Excelsior*. México, 3 de octubre de 1994, sección F, pp. 5, 19 y 31.
- 1 Velasco Ugalde, Enrique (citado por José Luis Gutiérrez Espíndola) Urge un debate nacional. Las concesiones que vencen en 1989. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, Año uno, número 4, marzo-abril de 1989, p. 11-12.
- Villanueva, Ernesto. Para una nueva legislación de medios. En: *Revista Mexicana de Comunicación*. México, año VIII, núm. 41, agosto-octubre de 1995, p. XII.
- Williams, Raymond. Controversia. En: *Los Medios de Comunicación Social*. España, Ediciones Península, tercera edición, 1978, pp. 95-133.